



УДК 339.138+004.7

В. В. Калантай

*Бурштинський енергетичний коледж*

Р. С. Барабалюк

*науковий керівник*

## ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГУ

Чимало людей проводять від 8 до 14 годин на добу за комп'ютером, працюючи, відпочиваючи чи спілкуючись з друзями та ріднею. В Україні понад 21,6 млн людей користуються інтернетом кожний день, що свідчить про те, що людям набагато простіше зробити певні справи через інтернет, ніж традиційним способом. Правда, бувало у Вас, що ви зайшли перевірити лише погоду чи курс долара, а коли дивитесь на годинник, вже пройшла година, або і більше. А це сталось через те, що Вас зацікавила одна реклама, ви перейшли на цей сайт, оцінили його, побачили що цей сайт пропонує послуги, які вам зараз потрібні і Ви стали активним користувачем цього простору. Це свідчить про те, що інформація, яка була надана у рекламі була подана правильно і зацікавила Вас. Зараз у наш час це називається інтернет – маркетинг.

Інтернет-маркетинг з'явився на початку 1990-х років, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари. Тоді люди боялися купляти товари, адже було і багато аферистів, які обманювали їх. У розвинених країнах люди давно користуються інтернет – магазинами, а близько п'яти років тому українці почали досить активно користуватися інтернет – послугами. Спочатку це були поодинокі випадки, але тепер для людей це звичайна справа.

Зараз інтернет-маркетинг — це щось більше, ніж продаж інформаційних продуктів, зараз інтернет – маркетинг дозволяє людям створювати свої власні торгові сторінки, які будуть приносити великий дохід від продажу товарів і забезпечити собі постійне місце роботи, навіть без спеціальної освіти. Також коли сайт вже досить розвинений, то можуть поступати різні рекламні пропозиції щодо розміщення реклами на сайті. Тому можна покрити витрати, які буде нести особа за рекламу свого сайту і надалі це може бути досить великий дохід. Цей тип маркетингу став основою сучасного бізнесу, яка дозволяє кожному, у кого є ідея, товар або послуга, досягти максимально широкої аудиторії.

**Інтернет-маркетинг** — це величезний майданчик, де продавці товарів і послуг знаходять своїх покупців, і навпаки. Вона так само діє за економічними законами - попит взаємопов'язаний з пропозицією, а конкуренція спонукає до розвитку. Реклама в цьому не виняток. Якісна реклама в Інтернеті приносить користь обом сторонам. [1]

Електронна комерція є складовою інтернет-маркетингу. Його також називають online-маркетингом. Інтернет – маркетинг зараз набуває дуже великої популярності, адже з кожним днем все більше людей купляють товари у інтернеті, бо це зручно і швидко. Адже, зараз представники того чи іншого сайту роблять все, щоб заохочувати людей здійснити покупку.

Online - маркетинг став популярним з розширенням доступу до інтернету і являє собою невід'ємну частину маркетингової компанії. Кожного дня з'являється все більше нових інтернет – магазинів, тому купівля речей в мережі стає звичайним явищем. Основними перевагами інтернет-маркетингу є те, що споживач у будь-який

© Калантай В. В., Барабалюк Р. С., 2017



час може подивитись на товар, отримати інформацію про нього, його ціну, почитати відгуки про товар і зробити вибір купувати чи ні. Інтернет-маркетинг містить такі елементи системи як:

- медійна реклама;
- контекстна реклама;
- пошуковий маркетинг в цілому і SEO зокрема;
- просування в соціальних мережах: SMO і SMM;
- прямий маркетинг з використанням e-mail, RSS тощо;
- вірусний маркетинг;
- партизанський маркетинг;
- інтернет-брендинг.

#### Є такі елементи online – маркетингу:

- *Товар* — це те, що ви продаєте в інтернеті, він має мати гарну якість, адже він конкурує не тільки з іншими сайтами, але і з магазинами.
- *Ціна* — потрібно завжди слідкувати за нею, адже не завжди товар буде мати високий попит, або інший сайт може запропонувати меншу ціну і продаж товару знизиться.
- *Просування* — це комплекс заходів, які потрібні щоб покупці зацікавились товаром і хотіли його купити. Просування містить велику кількість заходів: пошукова оптимізація (SEO), банерна система, контекстна реклама, просування в соціальних медіа(SMM), Інтернет PR, вірусний маркетинг та E – mail маркетинг.
- *Місце продажів* — це самий сайт, який обов'язково має мати гарний і простий у використанні дизайн, налагоджену роботу з отриманням замовлення і доставкою [2], без нарікань на роботу і швидке завантаження сайту.

#### Інтернет-маркетинг асоціюється з кількома бізнес-моделями:

1. бізнес – споживач (B2C) – ця модель з'явилася першою, і орієнтується на продаж товару кінцевому споживачеві.
2. бізнес – бізнес (B2B) – ця модель є більш складною і почала діяти пізніше від B2C і складається з компаній, орієнтовані на бізнесі між собою.
3. користувач – користувач (C2C) – дана модель раніше користувалась малим попитом, але зараз користувачі інтернету активно розміщують оголошення про продаж товарів, наприклад, на таких сайтах як міжнародний аукціон eBay або український сайт OLX. [3]

#### Переваги інтернет – маркетингу.

Інтернет – маркетинг надає споживачеві можливість отримати інформацію про товар, його характеристики, відгуки та можливість купити його. Зараз є дуже багато інтернет – магазинів, де продається однаковий товар. Тому вибір у споживача великий, адже можна купити той самий товар за меншу ціну і такої ж якості.

Зараз все більше методів інтернет – маркетингу направлене на економію коштів, адже при створенні простого магазину затрачуються багато коштів на оренду приміщення, купівлю вітрин, стелажів і на заробітну плату найманих працівників. А при створенні інтернет – магазину потрібні кошти на рекламу, адже якщо створювати торгову сторінку у соціальних мережах(які зараз користуються найбільшою популярністю), то реєстрація у них є безкоштовною.

Важливим є те, що зараз інтернет - магазини здебільшого пропонують продавцеві подивитися на статистику його торгової сторінки і дають чітку інформацію про ефективність маркетингової компанії.



У порівнянні з іншими видами медіа маркетинга (телебаченням, радіо і ЗМІ), інтернет – маркетинг росте дуже швидко, адже зараз прості користувачі також хочуть просунути свій веб – сайт або блог і заробити на ньому.

### **Вплив online – маркетингу на бізнес.**

Online – маркетинг зробив великий вплив на різні сфери, такі як банківська справа, музична індустрія, різні ринки як електронних пристроїв, так і на «барахолки», і на рекламу.

У банківській сфері зараз для зручності користування, банки пропонують користувачам послуги у онлайн режимі. Онлайн банкінг є набагато зручнішим для користувача, адже дає змогу проводити певні операції не виходячи з дому.

У музичній індустрії зараз всі споживачі купують і завантажують музику у форматі MP3 через інтернет, адже тепер вже дуже малий відсоток людей використовує CD для прослуховування музики, бо всі музичні композиції оцифровані у формат MP3.

Різні інтернет – магазини та інтернет – аукціони є зараз набагато популярніші ніж «барахолки», адже дозволяють оцінити речі не виходячи з дому, що набагато спрощує життя споживачів. Також вони дозволяють отримати уявлення про вартість того чи іншого товару, навіть якщо ця річ дуже стара чи навіть має певну історичну цінність.

Протягом останніх років, рекламна індустрія стрімко виросла і обсяг онлайн – реклами досяг десятків мільярдів доларів на рік. Це означає, що рекламодавці тепер не бояться міняти свої уподобання і вже зараз, інтернет – реклама займає більшу частину всієї реклами, ніж реклама на радіо (в розвинених країнах є досить популярною) і реклама на телебаченні.

Сектор інтернет-маркетингу постійно зростає, про що свідчить поява все нових і нових комерційних сайтів. Основними перевагами інтернет-маркетингу є інтерактивність, можливість максимально точно орієнтувати рекламу на необхідну інтернет-аудиторію.

З цього можна зробити висновок, що інтернет-маркетинг стрімко еволюціонує, паралельно з розвитком самої мережі Інтернет. Будь-який потенційний споживач може, використовуючи Інтернет, отримати інформацію про товар, а також купити його. Зараз інтернет-маркетинг являє собою розвинений комплекс галузей, що включають не тільки контекстну рекламу, банер та зв'язками з громадськістю в мережі Інтернет, а й методами проведення маркетингових досліджень. Зокрема, це вивчення попиту та споживачів, метод забезпечення високої ефективності рекламних кампаній, дослідження способів правильного впорядкування торгових марок і брендів на ринку, і багато іншого.

### **Список бібліографічних посилань (References)**

1. Переваги застосування інтернет-маркетингу на підприємствах. URL : [http://www.rusnauka.com/13\\_EISN\\_2014/Economics/6\\_165666.doc.htm](http://www.rusnauka.com/13_EISN_2014/Economics/6_165666.doc.htm).
2. Севостьянов І. О. Пошукова оптимізація. Практичне керівництво по просуванню сайту в Інтернет. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 272 с.
3. Інтернет-маркетинг. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/http://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-маркетинг>.

Одержано 28.11.2017