

РОЛЬ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Студ. Корнеско І.О.

Наук. керівник асистент Сідуняк О.В.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

В епоху постіндустріального суспільства розвиток новітніх технологій сприяє активізації світової економічної системи. Світова економічна система – сукупність національних господарств, пов'язаних один з одним системою міжнародного поділу праці, економічними і політичними відносинами. Основою виникнення й існування системи виступає її цілісність, що припускає економічну взаємодію всіх складових частин системи на досить стійкому рівні. Універсальний зв'язок між національними господарствами здійснюють міжнародні економічні відносини.

Економіка виступає як єдність динамічно пов'язаних між собою складових: виробництва, розподілу, обміну та споживання. Науково-технічний прогрес впливає не тільки на виробничу та розподільчу складові, а й на спосіб проведення обміну цих товарів (послуг) через сучасні маркетингові технології.

Даний етап розвитку відносин характеризується зміною інформаційного поля маркетингових комунікацій, що включає в себе велику кількість каналів розповсюдження інформації, де особливе місце займає Інтернет-маркетинг.

Н. Химиця відмічає, що Інтернет-маркетинг включає в себе такі методи просування як: пошуковий маркетинг (розкручування сайту), Інтернет-реклама (банерна та контекстна реклама), контент-маркетинг, E-mail маркетинг [1]. Наявність такої кількості методів просування дає підстави стверджувати, що їх використання може привертати увагу споживачів та сприяти збільшенню суспільних витрат на купівлю нового продукту, тим самим, збільшуючи прибутки виробників продукції.

Розвиток Інтернету значно полегшив проведення маркетингових досліджень, шляхом он-лайн анкетування, опитувань. Можливим стало прослідкувати динаміку відвіданих споживачем сайтів і використання цих даних комерційними структурами, з метою збільшення або зменшення виробництва певного виду продукції. Проте активізація електронних маркетингових технологій призводить до виникнення таких проблем як: насиченість інформаційного поля, поява агресивних рекламних кампаній, вірусної реклами, Інтернет-шахрайство.

Отже, можна зазначити основні переваги Інтернет-реклами: швидкий та досить дешевий зворотний зв'язок з потенційними клієнтами, значний та безперервний вплив на покупця, можливість своєчасного отримання додаткової інформації підприємцями про товар або послугу через мережу Інтернет, вартість рекламної кампанії в Інтернеті значно дешевше, ніж у традиційних засобах масової інформації. На сьогоднішній день з'явилась досить велика кількість новітніх технологій електронного маркетингу, які забезпечують ефективний вплив на споживачів, що сприяє збільшенню товарообороту, підйому рівня споживання та розвитку економіки країни в цілому.

Список використаної літератури:

1. Химиця Н. Новітні технології електронного маркетингу на підприємстві [Електронний ресурс] / Н. Химиця, Г. Войтович // Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/24922/1/98-210-211.pdf> — Назва з екрану.

2. Курочкина С. Роль интернет-маркетинга и электронной коммерции на современном предприятии [Електронний ресурс] / С. Курочкина // Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-internet-marketinga-i-elektronnoy-kommertsii-na-sovremennom-predpriyatii>. - Назва з екрану.