

УДК 339.13

**Кушнірук Наталія**

**Kushniruk Nataliia**

Науковий керівник: к. е. н., доцент Н.М. Голда

*Тернопільський національний технічний університет імені Іван Пулюя*

## **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕРНЕТ FEATURES OF INTERNET MARKETING ACTIVITY**

Розвиток інформаційних і телекомунікаційних технологій дав змогу сформувати середовище для економічної діяльності у віртуальному просторі, а розвиток інфраструктури глобальної мережі Інтернет, її комерціалізація призвели до зміни способів ведення бізнесу, появи електронного ринку, заснованого на принципах мережевої або Інтернет-економіки. Стрімкий розвиток Інтернет-економіки зумовлює збільшення попиту на нові проекти в Інтернет-середовищі, які б забезпечили значні прибутки за прийнятних обсягів витрат. Цьому сприяє позитивна динаміка зростання кількості користувачів Інтернету та перехід ділової активності у сферу онлайн.

Сьогодні у сфері бізнесу зростає інтерес до Інтернет-маркетингу, який виходить за рамки традиційного маркетингу, до його практичного використання підприємствами. Інтернет-маркетинг в сучасних умовах виступає не тільки як доповнення традиційного маркетингу, а стає засобом розвитку сучасного бізнесу. Інтернет-маркетинг відкриває нові можливості для взаємовигідної співпраці усіх зацікавлених сторін та отримання додаткових вигід.

Головним напрямом формування практичних засад Інтернет-маркетингу є застосування системного мислення до розгляду актуальних тенденцій розвитку Інтернет-технологій. Інтернет потенційно здатний вплинути на будь-яку індустрію в економіці, головним чином за рахунок

п'яти основних важелів: 1) доступ і охоплення ширшої клієнтської аудиторії, а також ефективну взаємодію зі споживачами, що не вимагає безпосередньої фізичної присутності; 2) підвищення прозорості та обмеження можливостей використання інформаційної переваги в своїх інтересах посередниками і брокерами; 3) поява нових бізнес-моделей, заснованих на найбільш ефективній взаємодії з постачальниками, споживачами і партнерами; 4) підвищення ефективності та продуктивності за рахунок автоматизації ряду бізнес процесів і оперативного обміну інформацією з контрагентами; 5) оптимізація продажів стоків (longtail) за рахунок доступу до цільової аудиторії при низьких витратах.

Мережі Інтернет притаманні якості, які суттєво відрізняються від стандартних інструментів маркетингу. Визначальною характеристикою є її гіпермедійність, завдяки чому підвищується ефективність надання та засвоєння інформації, а це значно збільшує можливості маркетингу щодо посилення комунікацій підприємства з контрагентами. Глобальна мережа відкрила перед покупцями найширші можливості вибору, надала постачальникам додаткові шанси на реалізацію своєї продукції, а, отже, створила нові сегменти маркетингової конкуренції.

### **Перелік посилань:**

1) Особливості і переваги інтернет-маркетингу у порівнянні з традиційним маркетингом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/6\\_golej.htm](http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/6_golej.htm)

2) Пономаренко, В. С. Інформаційні системи в економіці / В. С. Пономаренко, І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова, Г. О. Плеханова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/1756223/page:2/>