

МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ЯК УНІКАЛЬНОГО ІНСТРУМЕНТУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ

С.М. Богданов, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, м.Запоріжжя

Актуальність досліджуваної теми зумовлена динамікою росту Інтернет-сектору маркетингу що стрімко прогресує. Важливість та доцільність використання його потенціалу неможливо переоцінити в сучасних умовах. Предметом дослідження є аналітичні та прикладні аспекти розвитку інструментів маркетингу.

Мета – дослідження розвитку бази, та інструментів просування продукту у всесвітній мережі Інтернет. Базовими принципами дослідження виступають аналітичний, системний та порівняльний методи, використані інформаційний та аксіологічний підходи.

Наукова значущість роботи полягає в дослідженні процесу розвитку сфери використання глобальної інформаційної мережі з урахуванням особливостей розвитку інформаційної сфери в світі.

Як висновок наводиться необхідність розробки і використання коштів та інструментів інтернет-маркетингу, як складової маркетингової діяльності практично будь-якого підприємства, метою якого є ефективна діяльність на ринку. Стверджується роль Інтернет-маркетингу, як невід'ємного інструменту, який безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства і результати його діяльності.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, споживання, інформація, просування.

Постановка проблеми. Інтернет-спільнота, яка сьогодні активно розвивається, продовжує розширювати сферу використання мережевих технологій. Це викликало збільшення швидкості передачі інформації, вдосконалення систем її захисту і збільшення периферичних пристроїв, здатних приймати і передавати цю інформацію.

Також величезну роль в даному процесі відіграє той факт, що сьогодні деякі основні інформаційні операції, а саме зберігання і обробка, виконуються централізовано і віддалено від кінцевого користувача (хмари та сервери).

Ще одним провокуючим чинником активного розвитку інфраструктури інформаційних мереж є розвиток і підвищення безпеки електронних платіжних систем, а також їх зростаюча інтеграція з традиційними

системами фінансових розрахунків (SWIFT).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання використання сучасних маркетингових технологій у діяльності підприємств привертають увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Ці важливі питання досліджували в своїх працях Ф. Котлер, Г. Ассель, Т. Левіт, а також А.В. Череп, А.О. Старостіна, А.Ф. Павленко, М.І. Белявцева, А.В. Войчак, В.М. Воробйова, та інші.

Однак, питання використання інтернет-маркетингу, як провідного інструменту у наступні десятиріччя потребує, на наш погляд більш детального аналізу.

Постановка завдання. Метою наукової статті є дослідження питання перспективності використання сучасних маркетингових інструментів на сучасному етапі розвитку мережі Інтернет.

Виклад основних результатів. В наш час кількість продуктів, що реалізуються щорічно за допомогою мережі, постійно збільшується.

Реалізуються не тільки товари, а й послуги, програмні забезпечення, права на користування інформацією, які не мають безпосереднього зв'язку з матеріальними об'єктами, а значить, можуть бути передані за допомогою тієї ж самої мережі в найкоротший термін.

Також зростання кількості інформаційних продуктів реалізованих в мережі викликані їх же оборотом, тобто перепродажем всередині інформаційної сфери.

Інтернет вже зайняв провідне місце в системі зв'язку абонентів мобільних мереж, телевізійних каналів і засобів масової інформації.

Майже вся інформаційна сфера до сьогоdnішнього дня опосередковано базується на глобальній мережі Інтернет.

Інтеграція збільшується з кожним днем і таким чином можна спрогнозувати їх повне об'єднання протягом найближчого десятиріччя.

Дослідники ствержують, що сьогодні більше 50% власників смартфонів насамперед вранці беруть його в руки; 80% інтернет-користувачів мають смартфон, а 90% часу від користування мобільним пристроєм споживач зайнятий використанням мобільних додатків, такими як Facebook або відправлення повідомлень, а інші 10% часу проводяться в браузері [1].

Причому варто зауважити, що Інтернет найбільш широко поширений в країнах, які мають досить високий рівень життя, а відповідно його користувачі мають велику купівельну спроможність і споживають більшу кількість благ в порівнянні з населенням планети, яке в даному процесі (споживанні благ за допомогою мережі Інтернет) не беруть участь.

На рисунку 1 наведена статистика [2] зміни кількості користувачів мережі Інтернет з 2005 по 2016 роки.

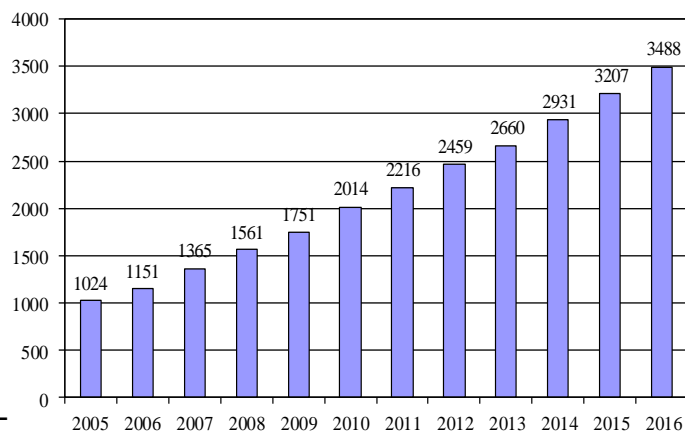


Рис.1 Зміна кількості користувачів мережі Інтернет в млн. осіб

Аналізуючи динаміку зростання можна зробити прогнозування, що протягом наступних 10 років кількість користувачів мережі Інтернет досягне 6 млрд чоловік, що буде означати 90%.

Таким чином, з ростом кількості користувачів, товарів, і фінансових ресурсів залучених в інтернет-сферу, буде зростати роль інтернет-маркетингу як одного з основних інструментів просування товарів на ринку.

Даний аспект набуватиме дедалі більшого розвитку і здобувати все нові форми для підвищення ефективності використання.

Розглянемо ситуацію що склалася на даний момент.

Сьогодні лідируючими компаніями в сфері Інтернет, і зокрема інтернет-маркетингу є GAFA (чотири інтернет-гіганта: Google, Apple, Facebook, Amazon), яка відіграє провідну роль в розвитку цифрового маркетингу. Зі збільшенням кількості і якості даних, ці корпорації провокують створення нових інструментів маркетингу.

Але інші компанії так само важливі в цифровій екосистемі. Вони кидають виклик встановленим порядкам і методам GAFA, стимулюючи інновації, ставлячи під сумнів ефективність цифрових маркетингових кампаній[3].

Найбільшими з них є Google і Facebook. Динаміку користувачів соціальної мережі Facebook[4] наведено на рисунку 2.

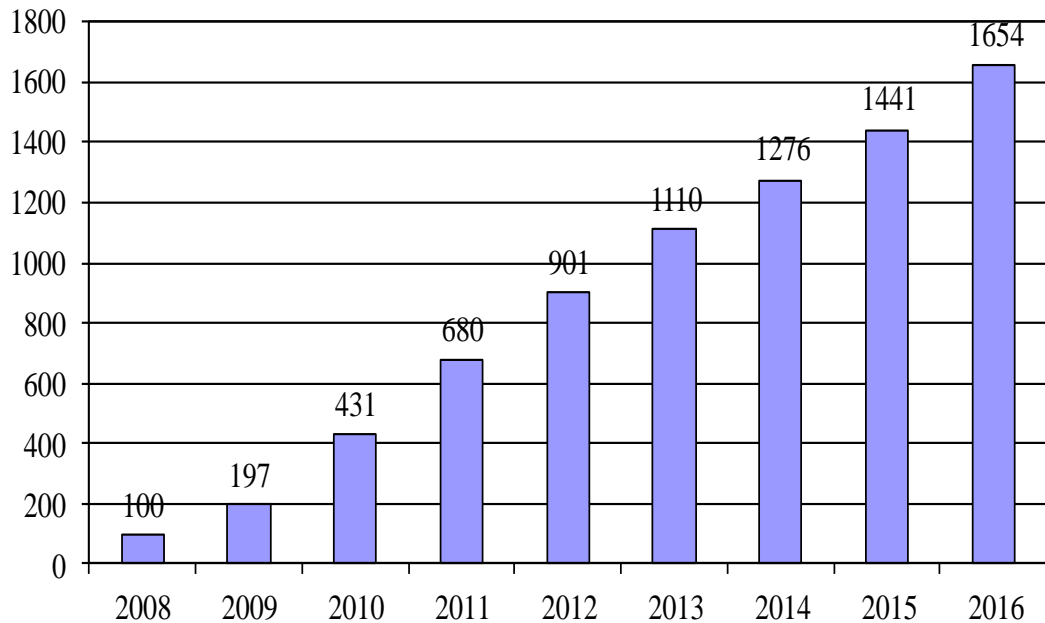


Рис.2 Користувачі соціальної мережі Facebook в млн. осіб

Не слід наводити гендерну та вікову характеристику і розподіл чисельності користувачів по країнах, оскільки висновок, що дана корпорація має величезний вплив на громадську думку і сферу споживання можна зробити на основі даних про валовий дохід компанії за останні роки [5], які зображені на рисунку 3.

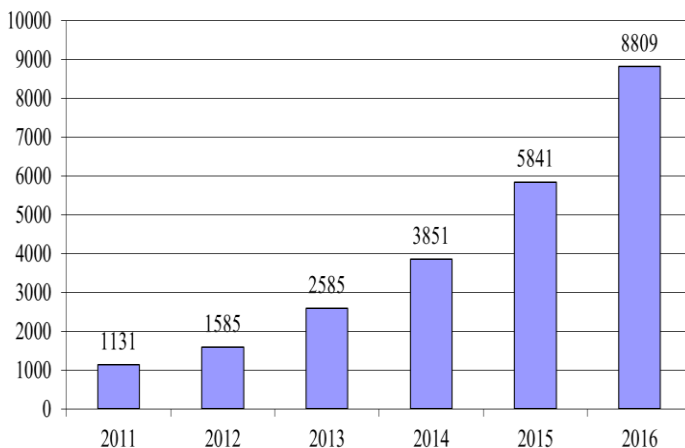


Рис.3 Валовий дохід Facebook в млн. дол. США

Протягом усього 2016 року можна спостерігати прогресивний зростання доходів компанії, що пов'язано зі збільшенням її частки на ринку та ростом самого ринку зокрема. Збільшується кількість інформації, а також аудиторія потенційних покупців.

Цьому сприяє еволюція платіжних систем, яка дозволяє здійснювати покупку товарів практично з будь-якої точки планети.

Важливим інструментом маркетингу є система автоматизованого перекладу інформації інтернет-ресурсів, що більше розширює потенційну аудиторію. Визначальними є результати аналізу фінансової діяльності компанії Google, яка сьогодні є одного з провідних гравців Інтернет-ринку. Розглянувши відповідну статистику, можна спостерігати показову динаміку [6], яка зображена на рисунку 4.

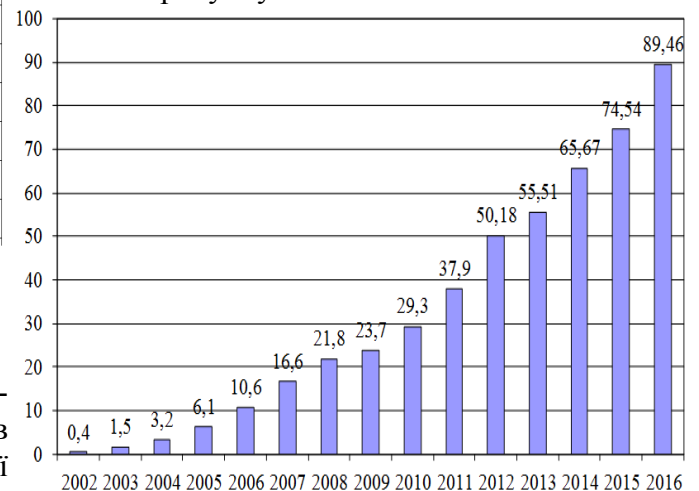


Рис.4 Валовий дохід Google в млн. дол. США

За наведеними даними можна ствержувати про стрімке зростання ринку, базою якого є мережеві технології. А з огляду на той факт, що в кінці 2016 року мобільний трафік обігнав трафік персональних комп'ютерів[3], треба зауважити про револю-

ційні явища маркетингу в плані ширини і глибини інструментального арсеналу.

За прогнозами маркетологів і аналітиків інтернет-маркетинг в 2017 році найбільш активно розвиватиметься у напрямках, які зображені на рисунку 5 [7].



Рис.5 Найбільш розвинуті сфери інтернет-маркетингу на 2017 у % від кількості респондентів

Таким чином абсолютно ясно, що інтернет-маркетинг стає все більш вагомим інструментом просування практично будь-якого виду продуктів в порівнянні з традиційним маркетингом. Також не виключено, що протягом найближчого десятиріччя даний вид маркетингу стане домінуючим в зв'язку з прогресуючим зростанням сфер його застосування.

Висновки. Виходячи з перерахованого вище можна зробити висновок, що розробка і використання коштів та інструментів інтернет-маркетингу є необхідною складовою маркетингової діяльності практично будь-якого підприємства, метою якого є ефективна діяльність на ринку. Інтернет-маркетинг став невід'ємним інструментом який безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства і результати його діяльності.

Список використаних джерел:

1. The Internet Marketing Blog [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.thewebforbusiness.com/the-passioneers-blog#.WKf7AThfCB0>. (Accessed 7 April 2017)
2. Number Of Internet Users Worldwide From 2005 To 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide>. (Accessed 7 April 2017)
3. 5 Perspectives Pour Le Marketing Digital En 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing-professionnel.fr/tribune-libre/prospective-marketing-digital-201702.html>. (Accessed 7 April 2017)
4. Number Of Monthly Active Facebook Users Worldwide As Of 4th Quarter 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/264810/nu>

mber-of-monthly-active-facebook-users-worldwide. (Accessed 7 April 2017)

5. Facebook's Global Revenue As Of 4th Quarter 2016 (in million U.S. dollars) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/422035/face-books-quarterly-global-revenue>. (Accessed 7 April 2017)

6. Annual Revenue Of Google From 2002 To 2016 (in billion U.S. dollars) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/266206/googles-annual-global-revenue>. (Accessed 7 April 2017)

7. Which Marketing Activity Will Give Your Business The Biggest Incremental Uplift In Leads And Sales In 2017? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/190858/most-effective-online-marketing-channels-according-to-us-companies>. (Accessed 7 April 2017)

REFERENCES:

1. The Internet Marketing Blog [Online]. – available at <https://www.thewebforbusiness.com/the-passioneers-blog#.WKf7AThfCB0>. (Accessed 7 April 2017)

2. Number Of Internet Users Worldwide From 2005 To 2016 [Online]. – available at <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide>. (Accessed 7 April 2017)

3. 5 Perspectives Pour Le Marketing Digital En 2017 [Online]. – available at <http://www.marketing-professionnel.fr/tribune-libre/prospective-marketing-digital-201702.html>. (Accessed 7 April 2017)

4. Number Of Monthly Active Facebook Users Worldwide As Of 4th Quarter 2016 [Online]. – available at <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide>. (Accessed 7 April 2017)

5. Facebook's Global Revenue As Of 4th Quarter 2016 (in million U.S. dollars) [Online]. – available at

<https://www.statista.com/statistics/422035/face-books-quarterly-global-revenue>. (Accessed 7 April 2017)

6. Annual Revenue Of Google From 2002 To 2016 (in billion U.S. dollars) [Online]. – available at <https://www.statista.com/statistics/266206/googles-annual-global-revenue>. (Accessed 7 April 2017)

7. Which Marketing Activity Will Give Your Business The Biggest Incremental Uplift In Leads And Sales In 2017? [Online]. – available at <https://www.statista.com/statistics/190858/most-effective-online-marketing-channels-according-to-us-companies>. (Accessed 7 April 2017)

С.Н. Богданов, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры предпринимательства, менеджмента организаций и логистики, Запорожский национальный университет, г. Запорожье.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА КАК УНИКАЛЬНОГО ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА

Актуальность исследуемой темы предопределена динамикой роста Интернет-сектора маркетинга который стремительно прогрессирует. Важность и целесообразность использования его потенциала невозможно переоценить в современных условиях. Предметом исследования являются аналитические и прикладные аспекты развития инструментов маркетинга.

Цель – исследование развития базы, и инструментов продвижения продукта во всемирной сети Интернет. Базовыми принципами исследования выступают аналитический, системный и сравнительный методы использованные информационный и аксиологичный подходы.

Научная значимость работы заключается в исследовании процесса развития сферы использования глобальной информационной сети с учетом особенностей развития информационной сферы в мире.

Как вывод приводится необходимость разработки и использования средств и инструментов интернет-маркетинга, как составляющей маркетинговой деятельности практически любого предприятия, целью которого является эффективная деятельность на рынке. Утверждается роль Интернет-маркетинга, как неотъемлемого инструмента, который непосредственно влияет на конкурентоспособность предприятия и результаты его деятельности.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, потребление, информация, продвижение.

S.BOGDANOV, *Ph.D. in Economics, Associate Professor at the Department of Entrepreneurship, Management of Organizations and Logistics, Zaporizhzhia National University, Ukraine*

PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF INTERNET MARKETING AS A UNIQUE TOOL FOR THE PROMOTION OF THE PRODUCT

The relevance of the topic is predetermined by the dynamic growth of the Internet marketing sector, which is rapidly progressing. In modern conditions of the *spread* of communications and *information technologies* the importance and expediency of using its potential cannot be overemphasized.

Purpose. The goal is to study the development of the database and tools for promoting the product in the worldwide Internet.

Design/methodology/approach. The basic principles of research are analytical, systemic and comparative methods, information and axiological approaches have been used.

Findings. The subject of the study are analytical and applied aspects of the development of marketing tools. The Internet marketing facilities and tools are considered as the essential components of marketing activities of almost any enterprise, aspiring to work effectively in the domestic and international market. Therefore, the need of qualitative projection and usage of Internet marketing facilities and tools is justified. Analysis of the development of Internet marketing technologies and the dynamics of their spreading allows to make a forecast, according to which this type of marketing will become dominant over the next decade due to the progressive growth of its application areas.

Research limitations/implications. The paper clearly substantiates the role of Internet marketing as an integral tool that directly affects the competitiveness of the enterprise and the results of its activities.

Originality/value. The scientific significance of the work is manifested in the research of the issues of global information network usage and the development of such activity in the aspect of the development of the information sphere in the world as a whole.

Keywords: Internet marketing, consumption, information, promotion.