

МОЖЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Василюк К., студент, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Мережа Інтернет розвивається досить стрімко. Швидко зростає кількість видань, присвячених Мережі, відбувається широке її розповсюдження навіть у далекі від техніки області. Мережа Інтернет стає повноцінним джерелом всілякої інформації для всіх. На даний «комунікаційний» етап свого розвитку головне завдання Інтернету є допомогу у пошуку бажаних партнерів, і надання коштів для організації з ними потрібного виду комунікацій. Останнім часом використання інтернет технологій приносить реальну економію і прибуток. Прогнозованим є істотне зростання збільшення обсягів інтернет комерції, особливо в таких областях, як подорожі, роздрібна торгівля, фінанси, тематична реклама, а також в комп'ютерному секторі. Реклама в Інтернет перевершує по дієвості радіо і телевізійну.

Як соціальне явище Інтернет - це глобальний засіб комунікацій, що забезпечує обмін текстової, графічної, аудіо і відео інформації і доступ до онлайн-сервісів без територіальних і національних кордонів. Це ефективний інструмент досліджень, розвитку торгівлі та бізнесу, впливу на аудиторію. Технологічні можливості Інтернету, обумовлюють швидкий розвиток світової інформаційної спільноти. А з його розвитком змінюються і підходи до управління бізнесом і маркетингом як одним з його складових частин. Більшість публікацій про маркетинг в Інтернеті зараз зводяться до реклами в Мережі. Однак зведення маркетингу в Інтернет тільки до Інтернет-реклами дуже звужує дійсні функції і можливості Інтернету. Його маркетингові можливості можна позначити, розглянувши узагальнено виробничий цикл підприємства будь-якої сфери діяльності: вивчення ринку, інформаційний маркетинг; виробництво товару або послуги; реалізація; сервіс та післяпродажна діяльність. Путівниками в цьому морі інформації служать пошукові системи. З їх допомогою можна знайти ресурси з цікавою інформацією. У фахівця, що постійно користується Мережею, складається колекція

посилань на найбільш корисні ресурси, де він завжди може познайомитися з останніми новинами в цікавій сфері діяльності, вивчити стан ринку - ціни, нові технології та інструменти, нові можливості, результати останніх досліджень ринку і окремих його секторів, нові види продукції, діяльність конкурентів і лідерів ринку. Виробництво товару або послуги. Люди, що працюють на одній фірмі, можуть проживати на різних континентах і бути при цьому об'єднаними загальним виробничим процесом. Можливості ж Інтернету в конкретних галузях дуже різні і тут немає можливості їх представити коротко і узагальнено. Багато змін вносить застосування Інтернету в роботі туристичних фірм, причому це пов'язано не тільки з можливістю покупки і резервування авіаквитків, готелів, орендою авто, оформленням віз через Інтернет, а й зі значним зміщенням роботи з факсу на електронну пошту і іншими інформаційними і комунікативними можливостями.

Реалізація. Інтернет змінює вигляд і стиль ведення бізнесу. Говорячи про реалізацію товарів або послуг, можна констатувати, що зараз в наших умовах Інтернет може бути тільки додатковим каналом реалізації продукції, інструментом вирішення окремих маркетингових завдань.

Сервіс та післяпродажна діяльність. Використання Інтернету на цьому етапі виробничого циклу може включати консультування клієнтів по e-mail, інформування на веб-сайті про новини, що стосуються продукції, що продається, особливості її використання, можливості підвищення ефективності і модернізації і т.д. Це може бути також повідомлення постійних клієнтів про нові надходження продукції, про важливі новини в даній сфері діяльності та інші можливості, які передбачають увага до клієнта і турботу про ефективність для нього співпраці з вашою фірмою.

Література:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. Пер. с англ. М.; СПб.; К.: Вильямс. 2011. 488 с.

2. Мандич О.В., Романюк І.А., Нікітіна О.М. PR-маркетинг як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник ХНТУСГ : економічні науки. Вип. 177. 2016. С. 160-165.

Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., професор.