

Олексій Куденко

к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу

ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»

alex.kudenko.1989@gmail.com

МАРКЕТИНГОВЕ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

MARKETING PROMOTION OF GOODS AND SERVICES ON THE INTERNET

Сучасному підприємству необхідно завжди адаптувати свою діяльність до швидкозмінних умов ринку. Компаніям в умовах жорсткої конкуренції на внутрішніх та міжнародних ринках слід більшу вагу приділяти розвитку стратегії просування товарів на послуг з метою підвищення рівня лояльності споживачів та збільшення обізнаності цільової аудиторії про бренди, товари і послуги компаній. Мережа Інтернет все ще знаходиться на етапі бурхливого розвитку, а тому використання її можливостей та інструментів надає можливість будь-якій компанії завоювати визнання серед споживачів та формувати імідж бренду, а використання сучасних інтернет-технологій для просування товарів чи послуг принесе більше вигоди для компанії ніж традиційні методи просування.

Проблемами маркетингового просування товарів та послуг в мережі інтернет активно займаються вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: М. Окландер, Є. Голишева, А. Дериколенко, Т. Примак, Е. Енж, В. Журило, Т. Белова тощо. Дослідники у своїх працях розглянули різноманітні інструменти інтернет-маркетингу, описали їхні переваги, недоліки як для виробників, так і споживачів, а також визначили ефективність інструментів, які використовуються для просування товарів в мережі Інтернет та напями імплементації технологій Інтернет у діяльність компанії у сфері маркетингу.

Інновації відіграють провідну роль у сучасному світі. Вони швидко розвиваються та можуть радикально змінювати цілі галузі економіки. В епоху розвитку цифрових технологій дедалі швидше зростає популярність інтернет-мережі, а кількість користувачів Інтернетом збільшується щодня. Вплив традиційних рекламних засобів на споживачів значно зменшився за останні роки, тому існує явна потреба у зміні маркетингових підходів та пристосуванні маркетингових інструментів до епохи цифрових технологій. Адже в процесі природного відбору споживачі розпочали віддавати перевагу компаніям, які швидше та якісніше освоїли цифрові канали.

Підприємства почали створювати сайти та впроваджувати електронні форми ведення бізнесу. Вільний доступ до Інтернету дозволив бізнесу вести та розвивати економічну діяльність більш ефективно ніж раніше та створив

додаткові канали постачання та розподілу. Постійне зростання користувачів Інтернету, кожен з яких є потенційним споживачем товарів та послуг, призвів до постійного зростання обороту електронної економіки. Вищезазначені фактори стали причиною появи і бурхливого розвитку інтернет- маркетингу.