

УДК 004: 339. 138

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Хортюк О.В.

**Науковий керівник –зав. каф. «Економічних систем та маркетингу» , докт. екон. наук,
професор Забарна Е.М.**

Інтернет-маркетинг – це необхідний комплекс заходів з дослідження специфічного ринку – мережевого ринку Інтернету, щодо ефективного просування і продажу товарів (послуг) за допомогою сучасних інтернет-технологій.

Інтернет-маркетинг володіє специфічними характеристиками: оперативність – можливість оперативно почати і контролювати хід рекламної кампанії; достовірність – можливість отримання максимально точних статистичних даних (кількість показів, кількість переходів на сайт рекламодавця, особиста інформація про відвідувачів вашого сайту, фінансові витрати по співвідношенню до показів і т.д.); точність – можливість націлювання на аудиторію з позначеними інтересами; актуальність – можливість показувати рекламу тому, кому ця реклама дійсно цікава; інтерактивність – можливість вести діалог з користувачем.

Існує ціла низка видів інтернет-реклами. Серед них можна виділити: банерна реклама; контекстна реклама; інтернет PR; пошукове просування. Найбільшою привабливістю у використанні сьогодні інтернет-реклами є ціна – дуже вигідне співвідношення витраченої суми та залучених контактів.

Інтернет-маркетинг змінює зовнішність і стиль ведення бізнесу і радикально знижує його витрати. На основі вище зазначеного, можна зробити висновок, що сьогодні інтернет-маркетинг міцно зайняв своє місце на ринку і є одним з найефективніших видів маркетингу.