

Науковий реферат статті Холодного Г. О. та Родіонова С. О. "Дослідження факторів, які визначають тенденції розвитку Інтернет-технологій у маркетингу"

Пріоритетні напрями розвитку маркетингової діяльності підприємств у найближчому майбутньому будуть зосереджені на підвищенні ефективності та оптимізації збору, зберігання, обробки й аналізу даних, встановленні індивідуальних стійких взаємовідносин та комунікації зі споживачами. У цих умовах найбільш актуальними є питання застосування технологій, створення і підтримки різних інформаційних ресурсів у комп'ютерній мережі Інтернет.

У статті встановлено, що використання Інтернет-технологій несе в собі розширення можливостей і підвищення якості координації маркетингової діяльності підприємств. Це дозволяє за мінімальних фінансових витрат і відсутності інфраструктурних бар'єрів максимально розширити збутову мережу і якісно покращити комплекс оперативного маркетингу підприємства.

У якості дослідницького завдання авторами була визначена проблема оцінки факторів, що впливають на приріст кількості Інтернет-користувачів в Україні, а також прогнозування тенденцій зростання на майбутній рік.

Забезпечення стійкості функціонування системи маркетингу підприємств, основу якої складають Інтернет-технології, потребує всебічного врахування та ретельного аналізу факторів, які є визначальними в розвитку мережі Інтернет в Україні. Доведено доцільність структуризації ключових факторів, що впливають на розвиток Інтернет-технологій у маркетингу. Детально розглянуто дію і вплив кожного фактора на величину аудиторії мережі Інтернет в Україні. На підставі наявних даних досліджено портрет українського користувача в мережі Інтернет. Це дозволяє за мінімальних фінансових витрат якісно покращити комплекс стратегічного і оперативного маркетингу підприємства.

Література: 1. Балабанов И. Т. Электронная коммерция / И. Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2001. – 346 с. 2. Бойчук І. В. Інноваційні підходи до застосування Інтернету в маркетинговій діяльності підприємств / І. В. Бойчук // Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. д. е. н., професора С. М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ "ТД "Папірус", 2010. – С. 553–562. 3. Бушуева Л. И. Роль Интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности [Электронный ресурс] / Л. И. Бушуева. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/marketing/2001-4/07.shtml>. 4. Голубков Е. П. Использование Интернета в маркетинге [Электронный ресурс] / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 3 (29). – Режим доступа : <http://www.mavriz.ru/articles/2002/3/315.html>. 5. Горшенина Е. В. Интернет-технологии в электронной коммерции [Электронный ресурс] / Е. В. Горшенина, П. А. Сорокин. – Режим доступа : <http://ideas.repec.org/a/scn/027034/10317883.html>. 6. Жуков А. Обоснование способов и средств интернет-продвижения

товара по этапам жизненного цикла [Электронный ресурс] / А. Жуков. – Режим доступа : <http://ideas.repec.org/a/scn/027034-/13922527.html>. 7. Ілляшенко С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу / С. М. Ілляшенко // Маркетинг та менеджмент інновацій. – 2011. – Т. II, № 4. – С. 64–79. 8. Саттон Д. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием / Д. Саттон, Т. Кляйн ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2004. – 240 с. 9. Котлер Ф. Маркетинг XXI века / Ф. Котлер. – СПб. : Издательский дом "Нева", 2005. – 432 с. 10. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с. 11. Литовченко И. Л. Генезис и эволюция информационной концепции маркетинга : монография / И. Л. Литовченко. – К. : Наукова думка, 2011. – 228 с. 12. Popov O. The Objective Laws of Enterprise Innovative and Investment Economic Development under Conditions of Forming the New Technological Mode / O. Popov, Y. Kalinina // Економіка розвитку. – 2013. – № 2 (66). – Р. 65–70. 13. Хартман А. Стратегия успеха в Интернет-экономике / А. Хартман, Дж. Сифони. – М. : ЛОРИ, 2001. – 274 с. 14. Траут Д. Новое позиционирование / Д. Траут. – СПб. : Питер, 2000. – 192 с. 15. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. И. Лозовский, Е. Б. Стародубцева и др. – М. : ИНФРА, 1997. – 496 с. 16. Internet 2012 in numbers [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers>. 17. Internet World Stats : Usage and Population Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.internetworldstats.com/europa2.htm>. 18. Международный союз электросвязи [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/reg/D-REG-TTR.14-2013-SUM-PDF-R.pdf. 19. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2013/0113002_2013.htm. 20. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 роки : Указ Президента України № 537-V від 9 січня 2007 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/5656.html>. 21. Вышлинский Г. Количество и структура пользователей интернета в Украине [Электронный ресурс] / Г. Вышлинский. – Режим доступа : http://www.gfk.ua/imperia/md/content/gfkukraine/presentations/130523_imu_gfk_vyshlinsky.pdf. 22. Боярська М. О. Управління інноваційними процесами на підприємствах: особливості реалізації / М. О. Боярська // Економіка розвитку. – 2011. – № 4 (60). – С. 112–116.

Інформація про авторів

Холодний Геннадій Олександрович – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки і маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а, e-mail: profkom@ksue.edu.ua).

Родіонов Сергій Олександрович – аспірант кафедри економіки і маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а, e-mail: rodionov89@gmail.com).