

## ХАРАКТЕРИСТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ПОТОКА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА



### **Коваленко Артем Евгеньевич,**

аспирант кафедры менеджмента, Южно-Уральский государственный университет; 454080, г. Челябинск, просп. Ленина, 76  
insmarkets@gmail.com



### **Кузменко Юлия Геннадьевна,**

профессор кафедры менеджмента, Южно-Уральский государственный университет; 454080, г. Челябинск, просп. Ленина, 76  
polina.94@mail.ru

Интернет-маркетинг характеризуется разнообразием коммуникационного инструментария и подходов к оценке эффективности. Методическая разобщенность подходов формирует исследовательскую проблему интеграции интернет-маркетинга в структуру классического маркетинга как элемента цифровой экономики. Особенно для предприятий малого бизнеса, ограниченных в ресурсах и компетенциях. В статье теоретически обоснован подход к рассмотрению интернет-маркетинга как вида информационного потока, включенного в структуру маркетинговых потоков согласно методологии входящего маркетинга (Б. Халлигана и Д. Шаха). В работе выделены характеристики информационного потока интернет-маркетинга. Основной характеристикой информационного потока является движение потребителей в коммуникационных каналах интернет-маркетинга (различных интернет-сайтах). Методы интернет-маркетинга изменчивы. Но процесс движения потребителей в коммуникационных каналах интернет-маркетинга стабилен. В статье акцентируется внимание на рассмотрении информационного потока, комплексно характеризующего движение потребителей в коммуникационных каналах интернет-маркетинга. Данные особенности систематизированы в виде концептуальной схемы, описывающей включенность информационного потока интернет-маркетинга в структуру маркетинговых потоков малой организации. На основе схемы рассмотрено явление взаимодействия информационных потоков интернет-маркетинга, выделены внешние и внутренние связи, характеризующие это явление. Представлены практические рекомендации по ведению интернет-маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса с позиций информационных потоков.

**Ключевые слова:** информационный поток; интернет-маркетинг; предприятия малого бизнеса; маркетинговые потоки; информационный поток интернет-маркетинга; взаимодействие информационных потоков; оценка эффективности интернет-маркетинга.

### **ВВЕДЕНИЕ**

Современный маркетинг развивается на основе информационных технологий. Статистический отчет аналитической организации Ассоциация коммуникационных агентств России показывает, что рынок интернет-рекламы превышает по объемам наиболее крупный сегмент классических коммуникаций — телевидение<sup>1</sup>. Исследования крупных игроков отрасли интернет-маркетинга и интернет-

рекламы<sup>2</sup> показывают замедление темпов роста числа пользователей интернета. Практико-ориентированные исследования<sup>3</sup> демонстрируют разнообразие коммуникационных каналов, используемых малыми предприятиями для продвижения своей деятельности (разные площадки, разные методики оценки эффективности). В условиях ограниченности бюджетов и компетенций, это формирует проблемы оценки экономич-

ческой эффективности интернет-маркетинговой деятельности для предприятий малого бизнеса.

Современные концепции маркетинга, в частности маркетинг взаимодействия, персонализированный маркетинг уделяют особое внимание проблеме преобразования маркетинга в цифровой вид. Потребители рассматриваются как относительно независимые единицы целевой аудитории, находящиеся в процессе движения

<sup>1</sup> Ассоциация коммуникационных агентств России. Объем рекламы в средствах ее распространения. URL.: [http://www.akarussia.ru/knowledge/market\\_size/id8690](http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id8690).

<sup>2</sup> Исследования Яндекса – Развитие интернета в регионах России. URL.: [https://yandex.ru/company/researches/2016/ya\\_internet\\_regions\\_2016](https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016).

<sup>3</sup> Частное предпринимательство и малый бизнес на рынке услуг. Data Insight. URL.: <http://www.datainsight.ru/sites/default/files/avito-services.pdf> (дата обращения 05.12.2019).