

МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА, СОЗДАВАЕМОГО В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ



Буртян Мурад Мурадович,

Соискатель ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»; специалист ФГУП «Центральный аэрогидродинамический институт им. проф. Н.Е. Жуковского»; 140180 г. Жуковский, ул. Жуковского, д. 1
btm23@mail.ru

Статья посвящена изучению влияния технологии интернета вещей на перспективы развития современного бизнеса и особенности проведения маркетинговой деятельности. Обосновывается вывод, что подключенные к Интернету продукты, как традиционные, так и инновационные могут обладать дополнительной потребительской ценностью, информацию о которой маркетологам необходимо донести до потребителей. Новизна предлагаемого подхода заключается в утверждении, что проблему повышения эффективности маркетинговой деятельности следует рассматривать комплексно: с одной стороны необходимо разрабатывать концептуальные особенности технологии продаж подключенных товаров, а с другой – необходимо использовать технологию интернета вещей для улучшения взаимодействия с потребителями, повышения качества обслуживания и проведения более детальных исследований рынка.

Владение информацией, полученной с помощью комплексного подхода, позволит маркетологам проводить целенаправленную маркетинговую политику и разрабатывать более действенные маркетинговые стратегии с целью сохранения лояльности уже существующих клиентов и привлечения новых. В свою очередь, это позволит фирмам повысить объемы продаж по выгодной цене, что в итоге откроет возможность получения более высокой прибыли, чем при использовании традиционных маркетинговых концепций.

Ключевые слова: интернет вещей; маркетинговая деятельность; тенденции развития бизнеса; четвертая промышленная революция; потребительская ценность; наукоемкие технологии; информационное общество.

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время очень популярной становится концепция интернета вещей. Стремительно растет число международных публикаций, посвященных различным вопросам, связанным с этой темой. Правительства наиболее развитых стран и руководители ведущих мировых компаний вкладывают огромные средства в исследования и разработки в области интернета вещей. Каждый год во всем мире возникает большое число фирм-стартапов в этой сфере. Специалисты исследовательской и консультативной компании в области информационных технологий *Gartner* недавно сделали заявление, что в 2014 году интернет вещей был самой популярной технологией, вокруг которой наблюдался наибольший ажиотаж и с которой связывались наибольшие ожидания [1].

Интернет вещей может быть охарактеризован как новая волна

(уже третья по счету) на протяжении последних 30 лет информационной революции. Первая волна была связана с развитием стационарного Интернета в 1990-х гг., который соединил между собой примерно 1 млрд пользователей. Вторая волна наблюдалась в 2000-е годы, и она была связана с развитием и широким распространением мобильных устройств, которые соединили между собой еще 2 млрд пользователей. Эти две волны ознаменовали собой появление интернет-рекламы, различных приложений для мобильных устройств, интернет-маркетинга и т. д.

Уже к 2020 году потенциально к Интернету может быть подключено более 20 млрд различных вещей: от браслетов до автомобилей, от кружек и зонтиков до авиационных двигателей, от предметов одежды до торговых автоматов и холодильников. Это означает, что на одного человека в недале-

ком будущем будет приходится несколько подключенных к Интернету вещей. Появление огромного числа связанных между собой объектов – интернета вещей – может по своей значимости и эффекту бросить вызов таким прошлым великим технологическим достижениям, как печатный станок, паровой двигатель и электричество. Причем в отличие от прошлых промышленных революций, эта происходит буквально у нас на глазах. Экономический эффект, вызванный развитием технологии интернета вещей, ощутит на себе весь мир: как богатые, так и бедные страны [2].

Реальность такова, что интернет вещей открывает практически безграничные новые возможности и несет в себе колоссальное число видов соединений различных объектов между собой, многие из которых не могут быть заранее поняты, а некоторые – не могут себе представить даже лучшие