

Возняк Віталій

Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки та
економічної теорії Ляхович Л.А.)

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для успішного функціонування підприємств у сучасному середовищі господарювання надзвичайно важливо використовувати інноваційні інструменти та технології, що дозволяють покращити результати бізнесової діяльності та забезпечити розвиток їхніх конкурентних переваг. Інструменти інтернет-маркетингу дозволяють економічним суб'єктам вирішувати низку різноманітних маркетингових задач. Зокрема, їхнє значення зростає, коли суб'єкти бізнесу орієнтовані на самостійний пошук контрагентів та формування ефективних взаємозв'язків взаємодії з ними, і перш за все в мережі Інтернет.

Теоретико-методологічні, методичні та практичні аспекти використання інструментів інтернет-маркетингу для підвищення ефективності бізнесу є предметом різнопланових досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема таких, як: Л.В. Балабанова, М.Г. Долінська, П.М. Григорук, П.С. Зав'ялов, Ф. Котлер, С.В. Ковальчук, І.І. Куриленко, Ж.-Ж. Ламбен, Р.І. Жовновач, Т. Левітт, О.Б. Мних, А.О. Старостіна та інші.

Для досягнення високої ефективності бізнесової діяльності в сучасних умовах підприємству недостатньо мати сучасні технології, обладнання та високоякісні предмети праці, необхідний також оптимальний набір інструментів інтернет-маркетингу, який забезпечить інтегрування його діяльності в онлайн-середовище.

Основними інструментами інтернет-маркетингу виступають:

- інтернет-дослідження;
- інтернет-реклама (медійна, банерна, контекстна);
- пошуковий маркетинг (створення сайту та його просування);
- прямий маркетинг (використанням email листування або розсилки);
- інтернет-брендинг [1, с. 63].

Застосування маркетингових інтернет-інструментів забезпечить:

- розширення традиційної системи маркетингу методами організації інформаційної взаємодії між підприємством, замовниками, посередниками, партнерами, споживачами;
- проведення підприємством ефективних маркетингових досліджень;
- просування і продаж товарів;
- організацією сервісного обслуговування чи іншої діяльності, що завдяки

принципам функціонування мережі Інтернет може виконуватись швидше, якісніше та дешевше [3, с. 484].

На вибір підприємством інструментів інтернет-маркетингу та включення їх в маркетингову програму значний вплив сьогодні має зміна ринкової поведінки постачальників та споживачів, зокрема, поступова їх відмова від традиційних комунікацій та перехід в онлайн-середовище [3, с. 2]. Водночас, тут доцільно акцентувати увагу не лише на тих маркетингових інтернет-інструментах, які є найбільш прийнятними для конкретного підприємства, але й на тих, до яких найбільший інтерес проявляють його бізнес-партнери та споживачі.

Отже, в умовах сьогодення підвищення ефективності бізнесу привертає до себе все більшої уваги. Основними критеріями підвищення ефективності бізнесової діяльності з використанням інструментів інтернет-маркетингу виступають вдосконалення управління, налагодження системи зворотного зв'язку між виробниками та споживачами продукції. Підприємствам необхідно вибирати ті інструменти інтернет-маркетингу, які дозволять підвищити ефективність їхньої взаємодії з партнерами і споживачами та бізнес-процесів у цілому.

Використані джерела

1. Красовська О. Ю. Інтернет-маркетинг як сучасний інструмент комунікації підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2018. №. 1 С. 67-71. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN>.
2. Зозульов О.В. Визначення стратегії збуту в кіберсередовищі на промисловому ринку. Маркетинг в Україні.. 2018. №. 2 С. 46-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mvu_2018_2_7.
3. Ус М.І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2018. №. 15 С. 482-488. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/74.pdf.

Гедима Інна

Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к. е. н., доцент кафедри економіки та економічної теорії Куц Л. Л.)

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ФУНКЦІЇ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ УПРОВАДЖЕННЯ

На сучасному етапі розвитку світової економіки, для підприємств, незалежно від виду їх діяльності, важливим є відповідність вимогам сучасних ринкових відносин та запровадження маркетингових принципів у їх діяльності.

Варто зазначити, що для цього мало підготовлених фахівців – потрібні