

2. Про схвалення Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2017-2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 8 лютого 2017 р. № 142-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-%D1%80#n9>.

3. Про затвердження Порядку казначейського обслуговування доходів та інших надходжень державного бюджету: Наказ Міністерства фінансів України №43 від 29.01.2013 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0291-13>.

4. Про затвердження Порядку казначейського обслуговування місцевих бюджетів: Наказ Міністерства фінансів України №938 від 23.08.2012 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1569-12>.

5. Про затвердження Порядку відкриття аналітичних рахунків для обліку операцій в системі Державної казначейської служби України: Наказ Міністерства фінансів України № 217 від 27.05.2013 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/v0217840-13>.

**Стебельська Роксолана Орестівна**  
ст. гр. МЕВМАМ-11, ТНЕУ  
*Науковий керівник – к.ф.н., доцент Вергун Л. І.*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОВУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Останні роки розвитку людства та його технологічної діяльності характеризуються динамічним розвитком міжнародного онлайн-бізнесу. Використання нових технологій, залучення штучного інтелекту у процес аналізу великої кількості даних і добровільне внесення користувачами персональної інформації у соцмережі, геолокації, реєстрації на сайтах із допомогою тих самих соцмереж, допомагають корпораціям заробляти мільярди використовуючи інструменти інтернет-маркетингу. З кожним роком кількість користувачів зростає, що і обумовлює зосередження діяльності компаній на використанні нових інструментів маркетингу в глобальній мережі Інтернет.

За останні 2-3 роки інтернет-маркетинг помітно змінився на краще: остаточно помінялися пріоритети у джерелах трафіку; контекстна реклама пішла на задній план для більшості ніш, а таргінг в соцмережах набрав ще більше популярності. Для розсилок, прямої комунікації з клієнтами і навіть побудови воронки використовуються Telegram, Viber і Facebook Messenger. Онлайн-підприємці розраховують на клієнт-сервіс, намагаючись повністю задовольнити потреби реальних покупців. Ці теми жваво обговорювалися в травні минулого року на Лабораторії Онлайн

Бізнесу - найбільшому саміті з інтернет-маркетингу в Східній Європі. Підсумок наступних 8-ми місяців показав, що учасники заходу, що вчасно впровадили нові інструменти, залишилися у великому плюсі. Багато компаній в 2018 році активно використовують візуальний контент [1]. Але статистика говорить, що існує вид мультимедійного контенту, що сильно виділяється на тлі інших. Це прямі ефіри в соціальних мережах. Офіційна статистика Facebook показує, що в минулому році live-трансляції проглядалися приблизно в 2 рази більше, ніж звичайні відео. Сумарно вони зібрали в 10 разів більше коментарів, що свідчить про високу залученість глядачів [2]. Тенденція триває і в 2018-му. Компанія Buffer провела опитування серед маркетологів і підприємців на предмет прямих ефірів. Результати показали, що 80% з них планують використовувати відеоконтент в будь-якому форматі в наступні 12 місяців. 45% від цієї групи зроблять ставку саме на live-трансляції [2]. У 2017 році підвищилася популярність голосових помічників: Siri від Apple, Alexa від Amazon, Cortana від Microsoft і Google Assistant. Дані з Facebook IQ показують, що кількість запитів голосом в порівнянні з 2016-м сильно зросла: на 27% - в Канаді; 28% - в Німеччині; 46% - в США; 55% - в Індії [3]. Сайти з хорошою SEO-оптимізацією найближчим часом можуть втратити свої позиції. Причина - голосові запити будуються по-іншому. У просуванні бізнесу варто брати до уваги конкретне місце розташування цільової аудиторії. Популярність геолокацій пояснюється попереднім трендом. Дослідження компанії Meditative Labs показало, що 50% з усіх користувачів пошукових систем щодня шукають ресторани, салони краси та інші локальні заклади за допомогою Voice Search. А значить, прив'язку до конкретного місця розташування клієнта варто робити для будь-яких оголошень. Це максимально цільова реклама, яка з великою ймовірністю призведе до успішної операції. За даними Google, близько 20% користувачів, які шукають локальні заклади, доходять до етапу покупки [3].

Live-трансляції, голосовий пошук і геолокації - основні тренди онлайн-маркетингу в 2018 р. Але з упевненістю можна сказати, що вже скоро з'являться нові інструменти, які варто оперативно впровадити, щоб отримати хороші результати раніше конкурентів, витративши менше грошей.

### **Література:**

1. DeMers, J. (2018). The Top 7 Online Marketing Trends That Will Dominate 2018. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2013/09/17/the-top-7-online-marketig-trends-that-will-dominate-2014/> [Accessed 19 Oct. 2018].

2. International Market Research. Marketing Instruments - International Market Research. URL: <http://www.international-market-research.com/international-market-research/marketing-instruments/> [Accessed 19 Oct. 2018].