

УДК 339.138

Зарічна О.В.,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ ПАРТНЕРСЬКИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН

В сучасних умовах розвитку економічних і світогосподарських зв'язків, актуальним питанням є вивчення впливу інтернет технологій на формування ділових, партнерських взаємовідносин в середині країни або за її межами. Якщо розглядати історію розвитку інтернет, то можемо відмітити, що вже спочатку свого існування глобальна мережа допомогла створити ефективні взаємовідносини, які допомогли вирішити питання, що стосуються не тільки торговельної діяльності, але і створення міцних довготривалих взаємовідносин між підприємствами та організаціями, міжурядовими організаціями та організаціями іноземних країн – електронну комерцію.

Електронна комерція – це значна кількість різноманітних систем, починаючи від простої передачі замовлення і закінчуючи проведенням комплексу торговельних операцій з використанням електронних засобів[2, с.10].

Однією з форм електронної комерції є інтернет маркетинг, який допомагає дослідити, вивчити та ознайомити аудиторію з основними елементами комплексу маркетингу (ціна, продукт, місце продажу і просування) через глобальну мережу інтернет.

Інтернет – маркетинг – це процес просування створення інтернет-відносин між суб'єктами ринку з приводу ознайомлення з існуючою інформацією щодо товару, ціни, комунікацій, а також можливості здійснення миттєвих торговельно-обмінних операцій не тільки в середині країни, але і за її межами (рис.1).

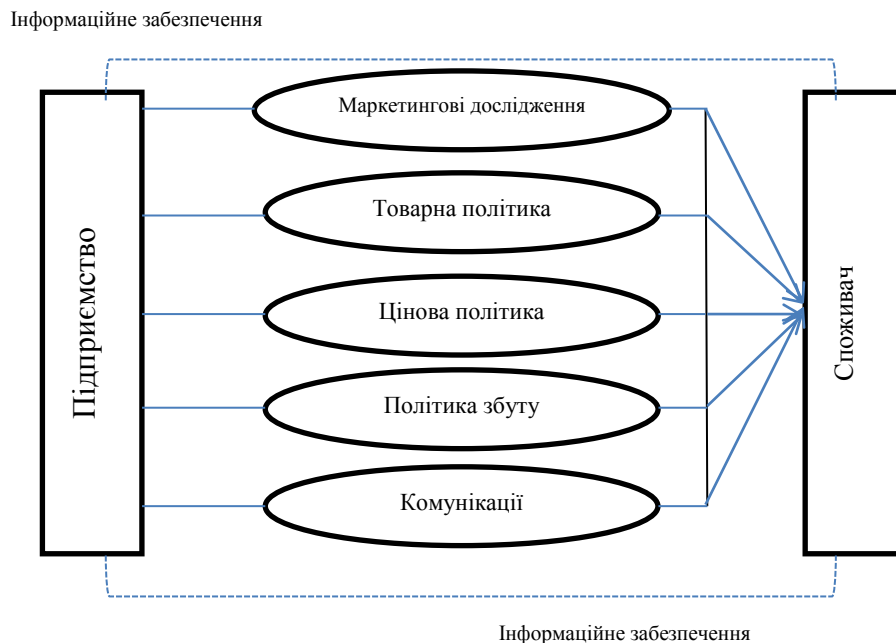


Рис.1. Процес взаємовідносин в інтернет - маркетингу

Основними інструментами інтернет – маркетингу є:

- Веб – сайт;

- Пошуковий маркетинг;
- Інтернет – реклама;
- E-mail – маркетинг;
- Маркетинг соціальних зв'язків;
- Електронна пошта;
- Форуми і чати;
- Віртуальні консультації тощо.

Кожен з перерахованих інструментів має свої особливості і специфіку використання.

Переваги використання інтернет – маркетингу [1, с.15]:

1. Інтернет – маркетинг дає можливість свободу у пошуку і доступу до інформації щодо товарів і послуг, які пропонуються на ринку. Свобода доступу користувачів Інтернету до інформаційних ресурсів не обмежується державними кордонами і національними доменами, але мовні кордони зберігаються.
2. Інтернет пропонує для маркетингових досліджень будь-яких процесів так і можливості, які не може запропонувати жодне інше джерело інформації. Тобто інтернет – маркетинг дозволяє отримати будь – яку інформацію щодо діяльності фізичних і юридичних осіб, їх продукцію, обсяги реалізації швидко і миттєво.
3. Для користувачів, інтернет – маркетинг є зручним способом одержання необхідної інформації в будь – який час незалежно від місця перебування.
4. Інтернет – маркетинг дозволяє побудувати найбільш тісніші взаємозв'язки між користувачами через проведення віртуальних конференцій, форумів або чатів.
5. Сучасні інтернет – технології дозволяють підприємствам за менших витрат проводити рекламну кампанію своїх товарів і послуг, рекламувати свій бренд не зважаючи на територіальні або часові межі.

Інтернет маркетинг не обмежується вище розглянутим переліком переваг, звісно глобальна мережа розвивається, а отже і особливості її використання для всіх користувачів весь час вдосконалюється.

Література:

1. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
2. Шалєва О.І. Електронна комерція: Навч.посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.

УДК 339

Ковач В., магістр,

Чучка І. М.

к.е.н., доцент кафедри

обліку і оподаткування та маркетингу,

Мукачівський державний університет

ПЛАНУВАННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна діяльність підприємства являє собою діяльність з розробки та реалізації результатів досліджень, які підвищують ефективність засобів та способів здійснення конкретних процесів, в тому числі освоєння виробництва нової продукції, а також і нових технологій.

Планування є однією з основних складових системи управління інноваційною діяльністю підприємства і полягає в дослідженні основних напрямів безпосередньо самої інноваційної діяльності.

Також, планування інноваційної діяльності на будь-якому підприємстві має свої особливості:



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>