

**ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
ЯК СУЧАСНОГО ІНСТРУМЕНТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ
В УКРАЇНІ ПІД ЧАС АКТИВНИХ БОЙОВИХ ДІЙ**

Макаренко А.Б., Мусатов А.Ю.

***Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків***

У сучасних умовах, оскільки відбувається повномасштабне військове вторгнення і ведуться активні бойові дії на території України, традиційні методи маркетингу втрачають свою ефективність. Обмежений платоспроможний ринковий попит в кількісних та вартісних показниках, вимагає від підприємств радикальних змін у стратегії маркетингу для забезпечення стабільності обсягів продажів та прибутку.

За останні роки спостерігається швидкий розвиток мобільних технологій, що вимагає глибокого дослідження Інтернет-маркетингу як засобу підвищення ефективності бізнесу під час кризових ситуацій, а саме під час активних бойових дій. Для підвищення ефективності діяльності, українські підприємства повинні проводити аналіз і вивчати тенденції світового Інтернет-маркетингу та адаптувати цей досвід до сучасних умов ведення бізнесу в Україні.

Дискусії щодо ролі маркетингу у комерційній діяльності під час активних бойових дій тільки розпочалися в наукових колах України. Першими науковцями, які проаналізували особливості використання маркетингових інструментів в умовах повномасштабної війни, були Вовчанська О.М. та Іванова Л.О. [1]. Більшість дослідників цієї теми вважають, що використання інструментів Інтернет-маркетингу може допомогти українським підприємствам ефективно вирішувати проблеми, які виникають перед ними в умовах російської агресії.

До основних інструментів Інтернет-маркетингу, які зараз доцільно використовувати українським підприємствам, належать: контекстна реклама, маркетинг в соціальних мережах (англ. Social Media Marketing, SMM), оптимізація сайту у пошукових системах (англ. Search Engine Optimization, SEO), пошуковий маркетинг (англ. Search Engine Marketing, SEM), оптимізація сайту для соціальних мереж (англ. Social Media Optimization, SMO).

Застосування даних інструментів Інтернет-маркетингу є запорукою успішного розвитку бізнесу, а це, у свою чергу, дозволить залучити цільових споживачів та раціоналізувати рекламний бюджет та збільшити обсяги продажів і прибутку.

Література:

1. Вовчанська О., Іванова Л. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-32>.