

- 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. Шалева 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:

- По-перше, існує значний ризик при вкладенні інвестицій в розвиток діяльності підприємства;
- По-друге, відбувається постійна зміна предмету та об'єкту дослідження інноваційної діяльності;
- По-третє, спостерігається значна невизначеність планових ситуацій у зв'язку з новизною інновацій та довготривалим характером їх розробки і впровадження;

Основні напрямки інноваційної діяльності підприємства визначає його інноваційна політика, яка відіграє важливу роль для діяльності підприємства та формує свою діяльність завдяки таким основним принципам:

- орієнтується на потреби ринку – включає ретельне дослідження ринку та його наявні, а також приховані потреби;
- стратегічна спрямованість – збереження довготривалих конкурентних переваг підприємства;
- цілеспрямованість – визначення цілей інноваційної діяльності підприємства та їх реалізація;
- комплексність – включає створення відповідних ланок інноваційної діяльності, до яких надходить вся необхідна інформація щодо інноваційного процесу;
- планомірність – передбачає врахування цільових завдань різних інновацій;
- інформаційна забезпеченість - вільний доступ до джерел науково-технічної інформації.

В свою чергу, прогнозування інноваційної діяльності підприємства є необхідною умовою його функціонування, дозволяє не тільки побачити своє майбутнє й розробити мету діяльності, а й розробити програму дій для її досягнення.

Для прогнозування інноваційної діяльності підприємства використовуються різні типи прогнозів. Найбільш важливими ознаками прогнозу вважаються:

- 1) час попередження;
- 2) характер об'єкта прогнозування;
- 3) функції прогнозу на підприємстві;
- 4) масштаб прогнозування тощо.

Отже, розвиток інноваційної сфери та інноваційної діяльності підприємства, через яку просуваються у виробництво досягнення науково-технічного прогресу, є особливо актуальною областю, яка потребує серйозної уваги з боку галузевих органів управління та інших суб'єктів господарювання, які приймають участь у інноваційних процесах. А також, стійкість економічного положення більшості суб'єктів господарювання визначається темпами і масштабами здійснення інноваційної діяльності підприємства, що в свою чергу дозволяє своєчасно і швидко реагувати на умови конкурентної боротьби, що постійно змінюються безпосередньо шляхом використання різноманітних нововведень, забезпечуючи більш якісне й повне задоволення потреб самого ринку.

УДК: 330.322.(477)

Рєга М.Г.,

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

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найбільш гострих проблем сучасної України залишається досягнення стабільного економічного росту. У числі факторів, що роблять безпосередній вплив на динаміку економічного розвитку, безсумнівно, належить інвестиційній сфері [1,с.36].

Інвестиції торкаються самих глибинних основ господарської діяльності, визначаючи процес економічного росту в цілому. У сучасній ситуації інвестиції виступають найважливішим



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/>