

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ УСПІШНОГО ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ

Томашевський Ю. М., кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу, Львівський національний університет природокористування, м. Дубляни, Україна

e-mail: tomashum@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-4039-8271

Проскура В. Ф., доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, Мукачівський державний університет

e-mail: pvf290162n@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5494-0039

***Анотація.** У статті розглядається поняття цифрового маркетингу та його значення для успішного інтернет-просування бізнесу. Цифровий маркетинг – це стратегічний підхід, що ґрунтується на використанні цифрових технологій та засобів зв'язку, таких як Інтернет, соціальні медіа та мобільні пристрої. Розглянуті ключові складові цифрового маркетингу, включаючи контент-маркетинг, пошукову оптимізацію, рекламу в пошукових системах, соціальний медіа-маркетинг та електронний поштовий маркетинг. Висвітлено питання персоналізації та таргетингу, які дозволяють досягти цільової аудиторії з максимальною ефективністю. Додатково наведено 5 причин важливості цифрового маркетингу. Доведено, що цифровий маркетинг виступає як важливий компонент сучасного бізнесу з численними перевагами, що дозволяє досягти ширшої аудиторії й надає можливість ефективного взаємодії з клієнтами, персоналізації пропозицій та взаємодії з аудиторією. Крім того, цифровий маркетинг дозволяє аналізувати та вдосконалювати стратегії на основі зібраних даних, що сприяє підвищенню ефективності кампаній та збільшенню конверсії. У світі, де інтернет відіграє ключову роль у комунікації та покупках, цифровий маркетинг стає необхідним для будь-якої компанії, що прагне підвищити свій рівень конкурентоспроможності.*

***Ключові слова:** цифровий маркетинг; інтернет-маркетинг; онлайн-просування; цифрові технології; контент-маркетинг; пошукова оптимізація; реклама в пошукових системах; соціальний медіа-маркетинг.*

DIGITAL MARKETING: STRATEGIES AND TOOLS FOR SUCCESSFUL ONLINE PROMOTION

Tomashevskiy Yurii, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Marketing, Lviv National Environmental University, Dubliany, Ukraine

e-mail: tomashum@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-4039-8271

Volodymyr Proskura, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Management of Economic Processes and Tourism, Mukachevo State University

e-mail: pvf290162n@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5494-0039

***Abstract.** The article discusses the concept of digital marketing and its significance for successful online business promotion. Digital marketing is a strategic approach based on the use of digital technologies and communication channels such as the Internet, social media, and mobile devices. The key components of digital marketing are considered, including content marketing, search engine optimization, search engine advertising, social media marketing, and email marketing. The issues of personalization and targeting, which allow reaching the target audience with maximum efficiency, are highlighted. Considering the increasing number of mobile devices, original and adaptive advertising campaigns, apps, and optimized content for mobile devices, strategies and tools for successful online promotion become essential components of internet and digital marketing. Digital marketing, also known as online marketing or internet marketing, encompasses a wide range of strategies and tools for promoting products and services in the digital environment, which the author analyzes for successful sales and online promotion. The author also argues that internet marketing is a set of methods for promoting products and services exclusively in the online sphere, including tools such as websites, social media, email, and content marketing. At the same time, digital marketing encompasses any marketing strategies for promoting products using not only online channels but also offline technologies, such as mobile devices, digital billboards, television advertising, and radio. Additionally, 5 reasons for the importance of digital marketing are provided. It has been proven that digital marketing serves as a crucial component of modern businesses with numerous advantages, enabling reaching a wider audience and facilitating effective interaction with customers, personalization of offerings, and engagement with the audience. Additionally, digital marketing allows for analyzing and refining strategies based on collected data, leading to increased campaign efficiency and higher conversion rates. In a world where the internet plays a pivotal role in communication and purchasing, digital*

marketing becomes indispensable for any company seeking to enhance its competitiveness.

Key words: *digital marketing; internet marketing; online promotion; digital technologies; content marketing; search engine optimization; search engine advertising; social media marketing.*

JEL Classification: M300; M310; M370; M390.

Постановка проблеми. Цифровий маркетинг забезпечує стратегічний підхід до просування товарів і послуг використовуючи цифрові технології та канали зв'язку. У сучасному світі, де Інтернет та мобільні пристрої стали невід'ємною частиною суспільного життя, цифровий маркетинг стає ключовим фактором успіху бізнесу. Він дозволяє компаніям досягати широкої аудиторії, взаємодіяти з клієнтами, створювати впізнаваний бренд та збільшувати обсяги продажу. Цифровий маркетинг охоплює різноманітні стратегії та інструменти, які можуть бути використані для досягнення маркетингових цілей. Серед яких контент-маркетинг, реклама в пошукових системах, реклама у соціальних медіа, аналітика та оптимізація, електронна пошта, а також мобільний маркетинг та інші інноваційні підходи сучасного діджитал світу.

Однією з основних переваг цифрового маркетингу є можливість точного спрямування та персоналізації повідомлень. Використовуючи цифрові канали компанії можуть визначити свою цільову аудиторію за різними параметрами, такими як демографічні дані, інтереси, поведінка та контекст, і створювати рекламні кампанії, які максимально відповідають потребам та вподобанням своїх клієнтів. Інтернет-маркетинг є сукупністю стратегій, методів та інструментів, що застосовуються для просування товарів та послуг у онлайн-середовищі.

Одним з перших кроків у інтернет-маркетингу є створення веб-сайту, який повинен бути оригінальним і привабливим для користувачів. При цьому важливо врахувати мобільну адаптивність і оптимізацію для пошукових систем. Пошукова оптимізація (SEO) – це процес покращення видимості веб-сайту в пошукових системах. Оптимізація контенту, ключових слів, мета-тегів і посилань допоможе покращити рейтинг сайту у пошукових результатах [1].

Реклама в пошукових системах (SEA), таких як Google Ads, дозволяє розміщуватися у верхній частині результатів пошуку. Створення оригінальних оголошень і оптимізація ключових слів є ключовими факторами успіху. Створення унікального, корисного та інформативного контенту для аудиторії може привернути увагу та встановити авторитет бренду. Блоги, статті, відео, інфографіка та соціальні медіа – це всі частини стратегії контент-маркетингу.

Активне використання популярних соціальних платформ, таких як Facebook, Instagram, Twitter та LinkedIn, дозволяє створювати оригінальний контент, взаємодіяти з аудиторією, будувати відносини та збільшувати впізнаваність бренду. А створення унікальних та персоналізованих електронних листів, таких як інформаційні бюлетені, спеціальні пропозиції та розсилки новин, допомагає підтримувати зв'язок з клієнтами, збільшувати їх лояльність та продажі. Використання аналітичних інструментів, таких як Google Analytics, дозволяє відстежувати та аналізувати ефективність маркетингових кампаній. Унікальні підходи до аналізу даних можуть допомогти у прийнятті обґрунтованих рішень та вдосконаленні стратегій [2].

Співпраця з оригінальними та впливовими особистостями у соціальних мережах може допомогти досягти широкої аудиторії та збільшити впізнаваність бренду. Унікальний підхід до пошуку та співпраці з інфлюенсерами може стати ключовим успіхом. Рекламні кампанії, спрямовані на користувачів, які вже відвідували веб-сайт або взаємодіяли з контентом, допомагають збільшити конверсію. Оригінальні та привабливі оголошення можуть привернути увагу та повернути користувачів на сайт.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методичні аспекти статті засновані на вивченні вітчизняних та зарубіжних досліджень в галузі інтернет-маркетингу та розвитку мережових і маркетингових технологій за економічною теорією. Для цього використовувалися загальні наукові та спеціальні методи дослідження: наукова абстракція, аналіз і синтез, абстрактно-логічні методи (теоретичні узагальнення, критичний аналіз публікацій, формулювання висновків), порівняльний статистичний аналіз (дослідження трендів інтернет-маркетингу, їх впливу та якості просування товарів і послуг через Інтернет), а також абстрагування та конкретизація, які стали основою для узагальнення тенденцій інтернет-маркетингу в теорії.

Основу проведених досліджень формування цифрового маркетингу становлять як зарубіжні, так і вітчизняні праці. Зокрема, серед вчених, чії праці є цінним внеском у цю галузь, можна виділити А. Старостіну, О. Бочко, Р. Оксентюка, О. Смолянюка, А. Линдюка, Є. Голубкову, В. Горохову, О. Булик, І. Гаврилук, Ф. Котлера, У. Хенсона, А. Хартмана, Д. Еймора та інших авторів.

Відокремлення невіршених раніше частин загальної проблеми. Попри велику кількість наукових праць пов'язаних з дослідженням цифрового маркетингу, на сьогодні недостатньо праць присвячених вивченню маркетингових інструментів, які можуть бути використані для досягнення маркетингових цілей в онлайн мережі. Це зумовлює необхідність в подальших дослідженнях в даному напрямі.

Мета дослідження. Враховуючи зростання кількості мобільних пристроїв, оригінальні та адаптивні рекламні кампанії, додатки і оптимізований контент для мобільних пристроїв, стратегії та інструменти для успішного онлайн-просування стають важливими складовими інтернет- та цифрового-маркетингу. Цифровий маркетинг, також відомий як онлайн-маркетинг або інтернет-маркетинг, включає широкий спектр стратегій та інструментів для просування продуктів та послуг у цифровому середовищі, які автор аналізує з метою успішного продажу та онлайн-просування.

Основний матеріал. На даний час загальний процес діджиталізації та важливість активної присутності в інтернеті все глибше входить у всі сфери нашого життя навіть під час широкомасштабного вторгнення росії на нашу територію. З одного боку, актуальність покупок у мережі зросла через неможливість відвідування звичайних магазинів через їх закриття, а з іншого – взагалі очікуються зміни у культурі споживання що зумовлюються викликами війни. Для успішного ведення бізнесу в сучасних умовах попри однотипність підходів до інтернет-маркетингу та цифрового маркетингу все ж потрібно розрізняти їх особливості в сучасному діджитал світі.

Інтернет-маркетинг охоплює стратегії та інструменти для просування товарів і послуг у онлайн-середовищі. До особливостей інтернет-маркетингу можна віднести наступні:

- зосередження на використанні Інтернету як основного каналу комунікації та просування;
- основними елементами є: веб-сайти, пошукова оптимізація, контент-маркетинг, маркетинг у соціальних медіа та електронна пошта;
- використання платних/безкоштовних рекламних кампаній, таких як реклама в пошукових системах (SEA) і реклама на соціальних платформах, для привертання цільової аудиторії;
- орієнтований на веб-сайт, велика увага приділяється створенню і оптимізації веб-сайту для залучення трафіку та збільшення конверсії [3].

Цифровий маркетинг охоплює всі аспекти маркетингу, які можуть бути реалізовані з використанням цифрових технологій та каналів зв'язку. Ось деякі особливості цифрового маркетингу:

- включає не лише інтернет-маркетинг, але й інші цифрові канали, такі як мобільні пристрої, смарт-телевізори, електронні плакати та інші цифрові платформи;
- дозволяє залучати широку аудиторію, яка використовує різні цифрові пристрої та платформи, тобто усіх хто має доступ до мережі інтернет, всі учасники онлайн ринку ;
- передбачає інтеграцію різних каналів комунікації, таких як соціальні мережі, пошукові системи, мобільні додатки, електронна пошта та інші, для створення згуртованого та ефективного маркетингового підходу;
- охоплює використання інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання, віртуальна та доповнена реальність, для створення більш персоналізованих та оригінальних маркетингових стратегій;
- акцентує увагу на покращенні клієнтського досвіду через різні цифрові канали, включаючи персоналізацію, автоматизацію та інтерактивність [4]. Порівняння деяких особливостей інтернет маркетингу та цифрового маркетингу наведено у табл.1.

Таким чином цифровий маркетинг є більш широким поняттям, ніж інтернет-маркетинг і у своїй діяльності використовує усі можливі цифрові технології для досягнення максимального ефекту у маркетингових зусиллях.

До основних інструментів цифрового маркетингу відносять:

1. SEO-просування.
2. Контекстна реклама.
3. Email-маркетинг.

4. Контент-маркетинг.
5. SMM (Social Media Marketing) –просування.
6. Партнерський або affiliate-маркетинг.
7. Мобільний маркетинг (реклама в застосунках та іграх, push-сповіщення, смс-розсилки, голосовий та гео-маркетинг, QR-коди).
8. ТВ-реклама.
9. Реклама на білбордах.
10. Відеомаркетинг [9].

. Таблиця 1

Особливості інтернет маркетингу та цифрового маркетингу

Критерій порівняння	Інтернет маркетинг	Цифровий маркетинг
Канали поширення	Інтернет-канали як основні канали комунікації та просування	Включає усі види цифрових каналів (інтернет мобільні додатки, цифрова реклама, тощо)
Цільова аудиторія	Усі хто використовує мережу інтернет, веб-сайти, пошукову оптимізацію	Залучає широку аудиторію, усіх хто має доступ до мережі інтернет, офлайн аудиторія на онлайн ринку
Способи комунікації з цільовою аудиторією	Використання e-mail-розсилок, лендінгів платних/безкоштовних рекламних кампаній	Використовує різні канали комунікації (соціальні мережі, пошукові системи, мобільні додатки, електронну пошту та інші)
Базова стратегія	Розробка і оптимізації веб-сайту	Використання інноваційних технологій (штучний інтелект, машинне навчання, віртуальна та доповнена реальність та ін.)

Джерело: систематизовано авторами на основі [8;9;10]

Він включає не лише онлайн-канали, але і офлайн-технології, такі як мобільні пристрої, цифрові білборди, телевізійну та радіорекламу; може бути застосований до різних об'єктів і поєднує різноманітні цифрові інструменти та стратегії; використовує цифрові канали, такі як пошукові системи, соціальні медіа, електронну пошту та веб-сайти, для привертання та взаємодії з потенційними клієнтами. Обидва терміни (цифровий маркетинг та інтернет-маркетинг) мають спільні риси, такі як використання онлайн-каналів та цифрових технологій для досягнення маркетингових цілей [5].

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що інтернет-маркетинг – це комплекс методів для просування товарів і послуг, які спрямовані виключно на онлайн-сферу. У той же час цифровий маркетинг – це будь-які маркетингові стратегії просування продукції з використанням не лише онлайн-каналів, але й офлайн-технологій, таких як мобільні пристрої, цифрові білборди, телевізійна реклама та радіо.

Отже, інтернет-маркетинг і цифровий маркетинг є ключовими аспектами сучасного маркетингу, пов'язаними з використанням цифрових технологій та комунікаційних каналів. Розуміння відмінностей між ними допоможе маркетологам розробляти ефективніші стратегії просування та адаптуватися до швидкозмінної цифрової сфери.

Причини, які підтверджують, що цифровий маркетинг є цінним інструментом сприяння зростанню бізнесу та допомагає створювати авторитетну присутність фірми, що просуває товари в Інтернеті наступні:

1. Цифровий маркетинг дає можливість знайти клієнтів онлайн. З розвитком Інтернету все більше людей витрачають свій час онлайн. Понад 7,7 мільярдів людей використовують Інтернет по всьому світу. Пошук, перевірка в соціальних мережах та покупки товарів онлайн стали необхідною частиною повсякденного життя. Клієнти знаходяться в мережі, переглядають веб-сторінки у пошуках продукції або послуг. У випадку відсутності інтернет-просування може виникнути загроза втрати потенційних клієнтів через конкуренцію. Для

досягнення оптимальних результатів у сфері бізнесу необхідно розширити свою онлайн активність. Це сприятиме залученню більшої кількості потенційних клієнтів. Це одна з основних причин важливості використання Інтернет-маркетингу [6];

2. Якщо конкуренти вже використовують цифровий маркетинг, то очевидним є те, що багато з них вже використовують переваги, які може забезпечити цифровий маркетинг: вони створили профілі в соціальних мережах, оптимізували свої веб-сайти для пошукових систем та запускають платну рекламу для залучення нових клієнтів. Тому, для збереження власної конкурентоздатності на даний час та її підвищення у перспективі, необхідно робити те ж саме, що і конкуренти, а навіть більше. Ігнорування вкладення коштів у цифровий маркетинг суттєво впливає на зростання рівня відставання від конкурентів у просуванні товарів, а відповідно і зниження власної конкурентоспроможності;

3. Можливість підтримування власної конкурентоздатності на рівні з потужними гравцями ринку. Конкуренція є одним з найскладніших аспектів у веденні бізнесу. Робота на ринку поряд з відомими корпораціями, такими як Walmart, Target і Amazon, зменшує шанси на успіх так як вони мають відоме та впливове ім'я, що автоматично піднімає рівень довіри до цих корпорацій. Проте, за допомогою цифрового маркетингу з'являється шанс якщо не перемогти великі корпорації, то принаймні зрівняти шанси у боротьбі за покупця. і це одна з причин, чому цифровий маркетинг важливий для бізнесу. Такі методи, як SEO та реклама з оплатою за клік (PPC), забезпечують рівні умови гри. За допомогою SEO сайт може займати перше місце в результатах пошуку на основі релевантності. Корпорації повинні оптимізувати свої сторінки так само, як і невеликий магазин товарів для дому. При цьому доцільно використовувати PPC, Google, а також ранжування рекламних оголошень за релевантністю. Навіть якщо конкуренти пропонують удвічі більше за клік по тому ж ключовому слову, то це не гарантує їм першого місця. Неможливо купити рекламне місце з найвищим рейтингом, оскільки, рейтинг базується на релевантності реклами. Це підвищує можливості для малих та середніх підприємств конкурувати з більшими корпораціями. Якщо підприємство може створювати контент, який є більш релевантним для обраних ключових слів, ніж аналогічний у конкурентів, то його перемога є гарантованою. Таким чином, застосування цифрового маркетингу – це чудова можливість для бізнесу конкурувати з більшими компаніями за привертання більш релевантних потенційних клієнтів [7];

4. Можливість налаштувати таргетинг на цільову аудиторію є ще однією з найбільш очевидних причин необхідності застосування цифрового маркетингу. Використовуючи прямий маркетинг можна продавати свої товари або послуги людям, які зацікавлені в них. За допомогою цифрового маркетингу є можливість безпосередньо пропонувати товари потенційним клієнтам. Не потрібно очікувати, що клієнти можливо помітять, або звернуть увагу на пропоновані товари. За допомогою цифрового маркетингу можна налаштувати таргетинг на цільову аудиторію шляхом введення конкретних параметрів потенційних споживачіві націлюючи на них, таким чином, рекламну кампанію. Це гарантує, що пропоноване оголошення побачать потенційні покупці лише попередньо визначених конкретних сегментів ринку. Відповідно, більш детальна сегментація ринку покращує орієнтацію на аудиторію та забезпечує вищу результативність кампанії. Таким чином, можливість проведення рекламної кампанії у просуванні товарів до конкретного сегменту ринку, в наш час важко переоцінити, що лишній раз підтверджує важливість застосування цифрового маркетингу [10, 11];

5. Легкість відстеження та моніторингу власної рекламної кампанії. Інвестор затрачаючи час і кошти на свої рекламні кампанії, хоче бачити, що вони працюють, а цифровий маркетинг якраз спрощує таке відстеження та дозволяє адаптуватися і досягати кращих результатів. При застосуванні традиційних маркетингових методів складно оцінити результати тої чи іншої рекламної кампанії. Наприклад, запустивши просту телевізійну рекламу довелося б запитувати кожну людину, яка заходить у магазин, що саме спонукало її до проведення покупки. Це займає дуже багато часу і, як правило, дратує споживачів. Застосування цифрового маркетингу значно спрощує відстеження кожної рекламної кампанії, що проводиться, полегшує контроль за рентабельністю вкладених у кампанію коштів. Можна легко налаштувати систему відстеження конкретних показників рекламних кампаній, бачити такі показники, як: кількість переглядів, кліків, лайків, публікацій, коментарів, конверсії та багато інших. Тип показників залежить від середовища в якому проводиться рекламна кампанія та від того, що безпосередньо потрібно виміряти.

Наявність можливості відстежувати ефективність кампанії сприяє її коригуванню та адаптації до змін. Проведення традиційної рекламної кампанія, як правило, унеможливує

внесення змін до її повного завершення та слугує джерелом досвіду для виправлення недоліків лише при проведенні наступної аналогічної кампанії, що у свою чергу створює враження марного витрачання коштів на попередню кампанію. Застосування цифрового маркетингу дає можливість відстежувати увесь процес рекламної кампанії, робити проміжкові висновки про успішність її проведення, про потребу внесення коректив та що саме головне - вносити негайні зміни, впроваджувати їх у будь-який момент проведення кампанії. Можливість економити, є ще однією причиною визнання важливості цифрового-маркетингу для онлайн просування. Це дозволяє отримувати більше користі від кампанії та розумно використовувати свій бюджет.

Висновки. Таким чином цифровий маркетинг є важливим елементом сучасного бізнесу та надає йому численні переваги. Він дозволяє не лише досягти збільшення аудиторії впливу та підвищити усвідомленість бренду в інтернеті, але й забезпечує можливість ефективного спілкування з клієнтами, персоналізувати пропозиції та взаємодії з різними цільовими сегментами ринку. Крім того, цифровий маркетинг надає інформацію для проведення аналізу та вдосконалення обраної стратегії просування товарів на основі зібраних даних, що в результаті дозволяє в цілому підвищити ефективність кампаній та збільшити конверсію. У сучасному світі, де інтернет відіграє вирішальну роль у спілкуванні та покупках, застосування цифрового маркетингу стає необхідністю для будь-якої компанії, яка прагне підвищувати власний рівень конкурентоспроможності.

Список літератури

1. Бочко О.Ю. Еволюція розвитку концепцій інтернет-маркетингу. Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів III Міжнар. наук-практ. конф., 25–26 травня 2018 р. Одеса: ТЕС, 2018. С. 55–56.
2. Бочко О.Ю., Гладинець В.І. Вплив коронавірусу на інтернет-ринок в період COVID-19. Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачеве, 6-7 квітня 2021 р.). Мукачеве: МДУ, 2021. 233 с. С.12-13
3. Булик О.Б. Вплив інструментів маркетингу на просування циркулярної економіки. Функціонування сільськогосподарських підприємств на засадах циркулярної економіки: матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції, ЛНУП, Дубляни, 6-7 червня 2023 р. / за ред. проф. Г.В. Черевка. Львів: Галицька видавнича спілка, 2023. С.150-153.
4. Булик О.Б. Роль цифрових технологій в сучасному маркетингу. Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції: збірник тез VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (6-7 грудня 2023р.) Дубляни, 2023. С.113-116.
5. Гаврилюк І.І. Формування маркетингових стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок. VII Всеукраїнська науково-практична конференція «Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції» 6-7 грудня 2023 року Дубляни, 2023.С.58-62.
6. Линдюк А.О. Вплив соціальних мереж на формування глобального іміджу брендів. Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції: збірник тез VI Всеукраїнської науково-практичної конференції . Дубляни, 2023. С. 27-30.
7. Линдюк А.О., Оліщук П.О. Глобальні тенденції розвитку електронної комерції. Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємства: Збірник матеріалів конференції. Львів: ЛНУП, 2023 р. С.86-89.
8. Шпак Н. О., Грабович І. В., Срока В. Цифровий та інтернет-маркетинг: співвідношення понять. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми економіки та управління”. № 1 (9) 2022 р. С. 143-156.
9. Шевченко Т. Що таке digital-маркетинг: основи, канали та інструменти.URL: <https://wizeclub.education/blog/shho-take-digital-marketing-osnovi-kanali-ta-instrumenti/> (Дата звернення 14.03.2024р.)
10. Butenko, N., Mykhaylovykh, O., Bincheva, P., Lyndyuk, A. Luchnikova, T. The Role of Internet Marketing in the Strategy of Forming Entrepreneurial Activity. Econ. Aff., 2023. № 68(01s). P. 73-82. DOI: <https://doi.org/10.46852/0424-2513.1s.2023.9>
11. Fediv R., Fediv I. International marketing: determining factors of success. Theory and practice of agricultural complex and rural territories development. Materials of XIV International scientific-practical forum, 4-6 October 2023. Lviv: LNEU, 2023. P.159-162.

References

1. Bochko O. Y. (2018). The evolution of internet marketing concepts. Marketing i tsyfrovii tekhnologii [Marketing and digital technologies]: zb. materialiv III Mizhnar. nauk-prak. konf. [Conference Proceedings of the International Economic Conference], May 25-26, 2018. Odessa: TES, 55–56. [In Ukrainian].
2. Bochko O. Y., Hladynets V. I. (2021). The impact of the coronavirus on the Internet market during the period of COVID-19. Upravlinnia sotsial'no-ekonomichnymy transformatsiinyi hospodarskykh protsesiv: realii i vyklyky [Management of socio-economic transformations of economic processes: realities and challenges]: Zbirnyk tez dopovidei III Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference] (Mukachevo, April 6-7, 2021.). Mukachevo: MSU, 12-13. [In Ukrainian].
3. Bulyk O. B. (2023). The influence of marketing tools on the promotion of the circular economy. Funktsionuvannia sil'skohospodars'kykh pidpriemstv na zasadakh tsyrukuliarnoi ekonomiky [The functioning of agricultural enterprises on the basis of circular economy]: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference], LNEU, Dubliany, June 6-7, 2023 / za red. prof. H.V. Cherevka. Lviv: Halytska vydavnycha spilka, 150-153. [In Ukrainian].
4. Bulyk O. B. (2023). The role of digital technologies in modern marketing. Transformational changes in the national economy in the context of Eurointegration [Transformational changes of the national economy in the conditions of European integration]: Zbirnyk tez VI Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference], (December 6-7, 2023) Dubliany, 113-116. [In Ukrainian].
5. Havrylyuk I. I. (2023). Formation of marketing strategies of an enterprise entering the foreign market. VII Vseukrains'ka naukovo-praktychna konferentsiia "Transformatsiini zminy natsional'noi ekonomiky v umovakh yevrointehratsii" [Conference Proceedings of the International Economic Conference], December 6-7, 2023, Dubliany, 2 58-62. [In Ukrainian].
6. Lyndyuk A. O. (2023). The influence of social networks on the formation of the global image of brands. Transformatsiini zminy natsional'noi ekonomiky v umovakh yevrointehratsii [Transformational changes of the national economy in the conditions of European integration]: zbirnyk tez VI Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference], Dubliany, 27-30. [In Ukrainian].
7. Lyndyuk A.O., Olishchuk P.O. (2023). Global trends in the development of electronic commerce. Orhanizatsiino-ekonomichni ta sotsialni skladovi rozvytku pidpriemstva [Organizational, economic and social components of enterprise development]: Zbirnyk materialiv konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference]. Lviv: LNEU, 86-89. [In Ukrainian].
8. Shpak N. O., Grabovych I. V., Sroka V. (2022). Digital and Internet marketing: relationship of concepts. Visnyk Natsionalnogo universytetu "Lvivska politekhnika". Seriia "Problemy ekonomiky ta upravlinnia", 1 (9), 143-156. [In Ukrainian].
9. Shevchenko T. (2024). What is digital marketing: basics, channels and tools. Retrieved from <https://wizeclub.education/blog/shho-take-digital-marketing-osnovi-kanali-ta-instrumenti/> (Date of application 14.03.2024) [In Ukrainian].
10. Butenko, N., Mykhaylovych, O., Bincheva, P., Lyndyuk, A. Luchnikova, T. (2023). The Role of Internet Marketing in the Strategy of Forming Entrepreneurial Activity. Econ. Aff., 68(01s), 73-82. DOI: <https://doi.org/10.46852/0424-2513.1s.2023.9>
11. Fediv R., Fediv I. (2023). International marketing: determining factors of success. Theory and practice of agricultural complex and rural territories development. Materials of XIV International scientific-practical forum, 4-6 October 2023. Lviv: LNEU, 159-162.

Стаття надійшла до редакції 12.02.2024

Прийнята до публікації 15.02.2024