

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗРІЗІ ГЛОБАЛЬНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. В даній роботі було розглянуто удосконалення маркетингової діяльності в розрізі глобальних маркетингових комунікацій. Розкрито необхідність використання глобальних маркетингових комунікацій в діяльності підприємства під час воєнного стану. Проаналізовано основні етапи впровадження глобальних маркетингових комунікацій та їх взаємозв'язок.

Ключові слова: маркетинг, глобальних маркетингових комунікації, підприємство, менеджмент, удосконалення, етапи, оптимізація.

Abstract. In this work, the improvement of marketing activities in terms of global marketing communications was considered. The necessity of using global marketing communications in the company's activities during martial law is revealed. The main stages of implementation of global marketing communications and their interrelationship are analyzed.

Keywords: marketing, global marketing communications, enterprise, management, improvement, stages, optimization.

Вступ

В сучасному світі глобалізації та постійних змін на ринках стає все більш актуальною необхідність удосконалення маркетингової діяльності в контексті глобальних маркетингових комунікацій. Глобалізація привнесла нові виклики та можливості для бізнесу, спонукаючи компанії до розширення географії своєї діяльності та до пошуку нових ринків збуту [1, 2]. Зростання конкуренції та зміна споживчих уподобань вимагають від підприємств постійного вдосконалення своїх маркетингових стратегій та комунікаційних підходів.

З урахуванням постійного розвитку технологій та зростання значення онлайн-комунікацій, удосконалення маркетингової діяльності в розрізі глобальних маркетингових комунікацій стає надзвичайно актуальною темою для досліджень. Розуміння та використання сучасних маркетингових інструментів, таких як соціальні медіа, контент-маркетинг, відео-реклама та інші, є ключовими для успішного ведення маркетингової стратегії на глобальному ринку.

Результати дослідження

Проведення ефективної маркетингової діяльності в умовах глобалізації включає в себе розробку та впровадження стратегій, спрямованих на залучення та утримання клієнтів у міжнародному масштабі, а також на підвищення впізнаваності бренду на світовому ринку. Важливим елементом успішної глобальної маркетингової стратегії є ефективне використання різноманітних комунікаційних каналів та інструментів, які дозволяють компаніям досягати своїх цілей у міжнародному середовищі.

Важливо зазначити, що питання удосконалення маркетингової діяльності в розрізі глобальних маркетингових комунікацій набуває ще більшого значення в умовах воєнного стану. Конфлікти та воєнні дії суттєво впливають на економічну ситуацію країн, включаючи міжнародну торгівлю та бізнес-відносини. У таких умовах підприємствам доводиться шукати нові стратегії та методи ведення бізнесу, в тому числі й у маркетинговій сфері [2, 3].

Досягнення успішності на глобальних ринках під час воєнного стану вимагає від підприємств вдосконалення маркетингових стратегій, які б забезпечували ефективну комунікацію з міжнародними клієнтами та партнерами. Важливою стає здатність компаній адаптуватися до змін в геополітичному середовищі та виробляти ефективні стратегії маркетингового впливу на різних ринках у режимі реального часу [3].

Маркетинг виступає важливим інструментом стратегічного управління, що забезпечує організацію необхідною зовнішньою інформацією та дозволяє взаємодіяти з зовнішнім середовищем господарювання. Глобальні комунікації, особливо маркетингові, розглядаються як важливі процеси, що

швидко розвиваються та набувають значення в міжнародному бізнесі. Цей швидкий розвиток зумовлений потребою фіксувати, аналізувати та осмислювати складні процеси для їх ефективного використання. За цього сприяє стрімкий прогрес інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій, які одночасно посилюють глобалізаційні тенденції, сприяють формуванню глобальних ринків та розвитку глобального маркетингу.

Основні фактори, які підвищують рівень обґрунтованості рішень щодо глобальних комунікаційних стратегій як ефективного шляху удосконалення управління маркетинговою діяльністю відображено на рис. 1.

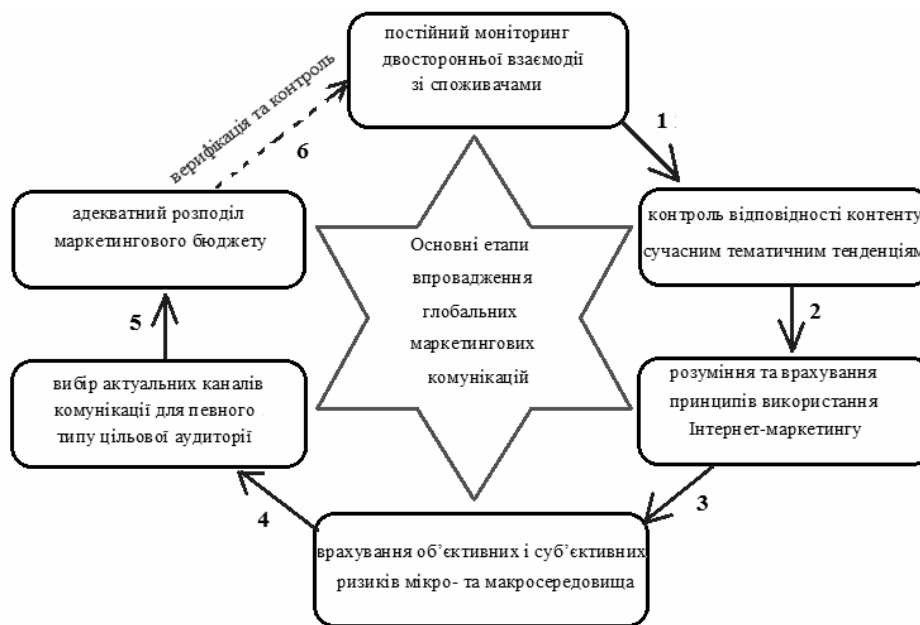


Рис. 1 – Основні етапи впровадження глобальних маркетингових комунікацій

На рис. 1 представлено підхід до оптимізації використання глобальних маркетингових комунікацій визначає важливі етапи, які сприяють підвищенню рівня обґрунтованості рішень у сфері комунікаційних стратегій, планів та бюджетів. Ці етапи включають постійний моніторинг взаємодії зі споживачами, контроль відповідності контенту сучасним тематичним тенденціям, розуміння та врахування принципів використання Інтернет-маркетингу, а також врахування об'єктивних і суб'єктивних ризиків мікро- та макросередовища. До інших етапів належить вибір актуальних каналів комунікації для конкретної цільової аудиторії та адекватний розподіл маркетингового бюджету.

Згідно з представленою на рис. 1 аналітико-графічною схемою, аналіз суб'єктивних мікрорівневих ризиків може стати основою для формулювання принципів їх уникнення, які мають бути універсальними та застосовними в умовах глобального масштабу. Це може призвести до зменшення ризиків, пов'язаних з підприємницькою діяльністю. Зокрема, до таких принципів можна віднести забезпечення моніторингу якості взаємодії зі споживачами, оцінку відповідності контенту цілям компанії та сучасним тематичним тенденціям, дотримання правил побудови стандартизованої інформації, вибір актуальних каналів комунікації, а також адекватний розподіл бюджету на комунікації та контроль відповідності іміджевим складовим компанії та бренду країни.

Ці універсальні принципи можуть бути успішно застосовані на різних рівнях - від корпоративного до урядового чи громадського, що сприятиме зменшенню суб'єктивних мікрорівневих ризиків та створить сприятливі умови для поступового розвитку глобальних маркетингових комунікацій.

Висновки

Таким чином, дослідження з питань удосконалення маркетингової діяльності в контексті глобальних маркетингових комунікацій має важливе практичне значення для бізнесу, що діє на міжнародному ринку, а також сприяє розвитку наукових знань у галузі міжнародного маркетингу та комунікацій. Також, слід зазначити, що враховуючи складні умови воєнного стану, розгляд питання удосконалення маркетингової діяльності в контексті глобальних маркетингових комунікацій стає критично важливим для забезпечення стійкості та успішності підприємств у періоди неспокійних геополітичних умов.

Підходи до оптимізації використання цих комунікаційних стратегій відображають складність та динаміку сучасного ринкового середовища. Наявність постійного моніторингу, розуміння та врахування сучасних тенденцій, а також адаптивний підхід до вибору каналів комунікації є важливими компонентами успішної маркетингової стратегії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лесько О.Й., Плотича О.В. Використання CRM-систем в збутовій діяльності підприємства. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (МН-2023)». Вінниця: ВНТУ. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2023>
2. Прокопишин О. С. Система антикризового управління як підґрунтя попередження кризових явищ на підприємствах. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 9. С. 40–45. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.9.40
3. Shevtsov Y., & Obolenska T. Management of global marketing communications in the context of international business. Economics & Education (Index Copernicus, Google Scholar). 2020. №5(2). С. 90-95. DOI: 10.30525/2500-946X/2020-2-13.

Лесько Олександр Йосипович – канд. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: lesko@vntu.edu.ua.

Стець В.О. – студент групи 1 МПОУ-22м факультету Менеджменту та Інформаційної Безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Lesko Oleksandr – Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Stets.V.O. – master, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.