

УДК 339.13

Лавро Надія

Lavro Nadia

Науковий керівник: к.е.н. доцент Голда Н.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ВПЛИВ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**THE INFLUENCE OF MODERN INTERNET MARKETING
TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF
ENTREPRENEURSHIP**

На сучасному етапі маркетингові технології перебувають у стадії якісних змін. Цьому сприяють, перш за все, розвиток інформаційних технологій та глобалізація. В умовах розвитку і поширення глобальних засобів зв'язку компанія не може не скористатися послугами реклами, PR-акцій, опитувань. Це значно підвищує ефективність і віддачу зусиль маркетологів. Але зовсім недавно з'явилась принципово нова маркетингова технологія, яка дозволяє значно економити витрати на виробництво продукту і одночасно його рекламувати. Це так званий краудсорсинг. Термін (crowdsourcing) був утворений з двох слів - crowd (натовп) і sourcing (підбір ресурсів). Основна ідея полягає в тому, що певну роботу виконують не професіонали, а любителі, тобто «натовп», причому безкоштовно, на підставі публічної оферти, без урахування укладення трудового договору, на добровільній основі. Такі люди витрачають свій вільний час на вирішення завдань, які вони вважають важливими або які їм просто подобаються. Іншими словами, краудсорсинг – це використання потенціалу великої кількості людей для вирішення різних завдань найчастіше через соціальні мережі. Як процес, краудсорсинг знайомий людству давно. Обговорення Конституції або Пенсійної реформи,

висловлювання ідей з приводу реформування системи освіти, пропозиції щодо назви вулиці або міста – все це приклади цієї технології. Також основним задумом є використання ідеї «натовпу» для побудови рекламної стратегії. Краудсорсинг в рекламі, маркетингу і соціологічних дослідженнях став звичним явищем. За його допомогою можна отримати не тільки зворотній зв'язок зі споживачами, але і використовувати їх бачення і уявлення про новий продукт. В певному сенсі, використовуючи цю технологію можна знизити витрати компанії на маркетинг та рекламу за простою схемою: фірма викладає в Мережі завдання, в реалізації якого можуть взяти участь всі бажаючі. Таким завданням може бути все що завгодно. По-перше, «мозковий штурм» на будь-яку тему, скажімо, Тернопільський державний технічний університет, 286 назва для нового продукту, девіз для рекламної кампанії або ідея щодо поліпшення якості обслуговування. По-друге, краудсорсинг можна застосовувати як спосіб збору даних для маркетингового дослідження, з метою вивчення попиту, конкурентного середовища, лояльності споживачів до якогось продукту. Третє застосування - створення реального продукту, наприклад, рекламного ролика, концепції просування або дизайну товару. Краудсорсинг - це прогресивний метод організації праці і вирішення бізнес-завдань, проте використовувати його варто з обережністю, пам'ятаючи про всі його переваги та недоліки. Він може підвищити продуктивність праці при мінімізації трудових і науково-дослідницьких витрат. Використовуючи Інтернет для отримання відгуків від активних користувачів, клієнти можуть знизити кількість часу, витрачений для збору даних в рамках формальної фокус-групи або напрямки досліджень. Краудсорсинг може бути доцільним для одноразових акцій, але використовувати його на постійній основі складно. Тому використовувати краудсорсинг можна лише як допоміжний інструмент у маркетинговій стратегії компанії.