Використання авіаперевезень як складової мультимодальної транспортної системи сприятиме зростанню загальної пропускної здатності системи, що підвищує в кінцевому рахунку її ефективність).

Тож, основними критеріями відбору оптимального перевізника в рамках мультимодальних перевезень є критерії економічної ефективності та доцільності, які сприятимуть зниженню витрат на транспортування сировини та матеріалів, необхідних для забезпечення безперебійності виробничих процесів. В умовах воєнного стану саме мультимодальні перевезення є оптимальним засобом транспортування товарів та послуг для виробничих вітчизняних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Bugayko D., Kharazishvili Yu. Theoretical principles of strategic aviation safety management in the context of ensuring sustainable development of the national economy. Bulletin of Economic Science of Ukraine. 2020. № 1 (38). P. 166-175.

2. Kharazishvili Yu. M., Bugayko D. O., Lyashenko V. I. Sustainable development of aviation transport of Ukraine: strategic scenarios and institutional support: monograph / edited by Yu.M. Kharazishvili; NAS of Ukraine, Institute of Industrial Economics. Kyiv, 2022. 276 p.

3. Ovdiienko O., Hryhorak M., Marchuk V., Bugayko D. An assessment of the aviation industry's impact on air pollution from its emissions: worldwide and the Ukraine. Environmental & Socio-economic Studies. [Katowice]. 2021. Vol. 9. № 2. P. 1-10.

Родіонов С.О., *к.е.н., доц.*
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
м. Харків, Україна

ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Інтернет-маркетинг є невід'ємною складовою сучасної економіки та бізнесу. Він є динамічним та таким, що постійно розвивається і вимагає від маркетологів постійного оновлення знань та вмінь. У зв'язку зі зростанням популярності та значенням Інтернету в суспільстві, саме Інтернет-маркетинг стає актуальним, а його інструменти необхідними для удосконалення маркетингової діяльності підприємства будь-якого масштабу.

Основні перспективи для розвитку маркетингової діяльності за останні роки включали наступні тренди: зростання використання штучного інтелекту та автоматизації технології машинного навчання, приклад – ChatGPT, створення чат-ботів в найбільш популярних месенджерах чи соціальних мережах, використання інтерактивного контенту зокрема з віртуальною та доповненою реальністю, а

також оптимізація сайту з соціальними мережами, і постійна робота з пошуковими агрегаторами [1, 116].

Саме робота з пошуковими системами є одним з найбільш актуальних та важливих інструментів Інтернет-маркетингу, і ця актуальність обумовлена наступними чинниками:

1. Постійне зростання кількості користувачів в мережі Інтернет. За останні роки користувачів мережею Інтернет значно збільшилась, а тому більше підприємств починає використовувати Інтернет-маркетинг, у тому числі і пошукову оптимізацію для збільшення кількості клієнтів та продажів;

2. Зростання конкуренції. З розвитком технологій та зростанням кількості бізнесів, які працюють в онлайн-середовищі, конкуренція стає все більш жорсткою. Пошукова оптимізація допомагає підприємствам підвищити свою видимість в Інтернеті та залучити більше споживачів, що дозволяє відрізнятися від конкурентів та збільшити прибуток;

3. Низькі витрати. Пошукова оптимізація на відміну від інших інструментів Інтернет-маркетингу може бути більш економічним варіантом, оскільки його основна мета це оптимізація веб-сайту для пошукових систем, тобто просувати його в органічних результатах пошуку. Це означає, що після того, як веб-сайт буде оптимізований, він може продовжувати залучати відвідувачів з пошукових систем без суттєвої потреби в рекламному бюджеті;

4. Довгострокові результати. Пошукову оптимізацію слід включати лише до довгострокової стратегії розвитку маркетингової діяльності підприємства, і таку, яка може принести стабільні результати у вигляді високих позицій в пошукових системах. І хоча цей процес може зайняти деякий час, від 4 до 9 місяців, зазвичай ці результати стійкі і дозволяють підприємству отримувати трафік на свій сайт впродовж довгого часу;

5. Таргетованість. Оптимізація сайту може бути налаштована на просування ресурсу підприємства саме для конкретної аудиторії. Це дозволяє залучати потенційних клієнтів, які вже зацікавлені в послугах або товарах, які вони пропонують;

6. Довіра. Високі позиції в пошукових системах надають веб-сайту певний авторитет та довіру серед користувачів. Це може позитивно впливати на імідж

Таким чином, розглянуті вище чинники підтверджують те, що пошукова оптимізація є актуальним інструментом Інтернет-маркетингу у 2023 році, та допомагає забезпечувати конкурентоспроможність веб-сайту та підприємства в цілому, привертати цільовий трафік та збільшувати конверсію.

Список використаних джерел:

1. Родіонов С. О. Інтернет-маркетинг в Україні: сучасні тренди та інструменти *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022.№ 3 (8). С. 110-118.