

Shtal T., Ptashchenko O., Rodionov S., Kurtsev O. Implementation of modern marketing tools in entrepreneurial activity / T. Shtal // Economics of Development. – 2023. – Vol. 22, No. 4. – p. 53-63. DOI: <https://doi.org/10.57111/econ/4.2023.53>.

Shtal T., Ptashchenko O., Rodionov S., Kurtsev O. Implementation of modern marketing tools in entrepreneurial activity

Abstract. Marketing activity focuses on new forms of relations with consumers, and marketing communications determine the current research topic and its relevance. The purpose of the study was to substantiate the use of modern marketing tools in business activities to ensure the sustainable development of the enterprise. During the research, empirical methods were used to review and comprehensively present indicators and features of marketing activity and marketing tools, analysis, and synthesis for a visual representation of the features of marketing tools in use in modern conditions of entrepreneurial activity. Objective information on the state of the industrial products market and the presented elements of the industrial enterprise's marketing activities have been systematized and analysed. A detailed analysis of current trends in the development of marketing activities and the impact of information technology on the development of entrepreneurship is carried out, which is now the basis for the formation of the necessary set of marketing tools that can be used to improve the efficiency of the enterprise. It was determined that in the transition to market mechanisms of functioning, Ukrainian machine-building enterprises needed to optimize their activities, considering the mutual influence of the components of each enterprise's external market and internal marketing environment. It was concluded that Ukrainian enterprises are forced to pay great attention to the processes in a rapidly changing external environment to adapt and adapt to them promptly; this is especially important for industrial enterprises focused on marketing activities. The presented research in the form of recommendations for using marketing tools has practical significance for modern business structures.

Keywords: marketing complex; marketing activity; Internet marketing; marketing technologies; a set of marketing tools.

Шталь Т.В., Птащенко О.В., Родіонов С.О., Курцев О.Ю.
Імплементація сучасного маркетингового інструментарію в підприємницьку діяльність.

Анотація. Маркетингова діяльність орієнтована на нові форми взаємин зі споживачами та маркетингові комунікації обумовлюють тематику поточного дослідження та її актуальність. Метою дослідження було обґрунтування використання сучасного маркетингового інструментарію в підприємницькій діяльності для забезпечення сталого розвитку підприємства. Під час дослідження використовувалися емпіричні методи для огляду та комплексного представлення показників та особливостей маркетингової діяльності та маркетингового інструментарію, аналіз, синтез для наочного уявлення про особливості інструментарію маркетингу в застосуванні в сучасних умовах здійснення підприємницької діяльності. Систематизовано і проаналізовано об'єктивну інформацію про стан ринку промислової продукції та представлених особливостей маркетингової діяльності промислових підприємств. Проведено докладний аналіз сучасних тенденцій розвитку маркетингової діяльності та впливу інформаційних технологій на розвиток підприємництва, що є сьогодні підґрунтям для формування необхідного комплексу маркетингового інструментарію, який можливо використовувати для підвищення ефективності діяльності підприємства. Визначено, що в процесі переходу на ринкові механізми функціонування, українські машинобудівні підприємства опинилися перед необхідністю оптимізації своєї діяльності з урахуванням взаємного впливу складових зовнішнього ринкового і внутрішнього маркетингового середовища кожного підприємства. Зроблено висновок, що українські підприємства змушені приділяти величезну увагу процесам, що відбуваються в мінливому зовнішньому середовищі, щоб своєчасно адаптуватися і пристосуватися до них, особливо це має значення для промислових підприємств, орієнтованих на маркетингову діяльність. Представлене дослідження у вигляді рекомендацій щодо застосування маркетингового інструментарію має практичне значення для сучасних підприємницьких структур.

Ключові слова: маркетинговий комплекс; маркетингова діяльність; Інтернет-маркетинг; маркетингові технології; комплекс маркетингового інструментарію.