

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЦІЛЬОВОЇ ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

PRINCIPLES OF FORMING OF MECHANISM OF DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL ACTIVITY OF PERSONNEL AS AN OBJECTIVE FUNCTION OF MANAGEMENT

У статті досліджено сутнісне розуміння інтелектуальної активності персоналу підприємств та уточнено рівні інтелектуальної активності особистості. Запропоновано сукупність психологічно й економічно обґрунтованих положень щодо формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу, спрямованих на його особистісно-фахову активізацію. Визначено основні критерії формування гнучкого середовища та принципи інтелектуального зростання персоналу в умовах сучасного менеджменту підприємств.

Ключові слова: інтелектуальна активність, механізм, персонал, інтелектуалізація, система менеджменту, процес, особистість, принципи.

В статье исследовано сущностное понимание интеллектуальной активности персонала предприятий и уточнены уровни интеллектуальной активности личности. Предложена совокупность психологически и экономически обоснованных положений относительно формирования механизма развития интеллектуальной активности

персонала, направленных на его личностно профессиональную активизацию. Определены основные критерии формирования гибкой среды и принципы интеллектуального роста персонала в условиях современного менеджмента предприятий.

Ключевые слова: интеллектуальная активность, механизм, персонал, интеллектуализация, система менеджмента, процесс, личность, принципы.

In the article investigational essence understanding of intellectual activity of personnel of enterprises and the levels of intellectual activity of personality are specified. An aggregate is offered psychologically and the economic grounded positions in relation to forming of mechanism of development of intellectual activity of personnel of directed on his personality professional activation. Certainly basic criteria of forming of flexible environment and principles of intellectual growth of personnel in the conditions of modern management of enterprises.

Key words: intellectual activity, mechanism, personnel, intellectualization, management system, process, personality, principles.

УДК 658+331.102.312

Ситник Й.С.

к.е.н., доцент, докторант
Національний університет
«Львівська політехніка»

Постановка проблеми. Процеси інтелектуалізації економіки та менеджменту на сучасному етапі розвитку суспільства пов'язані з еволюцією технологічних укладів і формуванням нових парадигм глобального економічного розвитку. Завданням менеджменту підприємств за таких умов є орієнтування на тренди цих перетворень та адекватне реагування на них, актуалізація і нагромадження інтелектуально-творчого потенціалу. Інтелектуальний капітал – це здатність людини (нації, держави, підприємства) творити нові знання, нову інформацію у різних сферах діяльності, можливість ефективно й оперативно втілювати створені знання, інтелектуальні продукти в життя, уміло його комерціалізувати та належно заробляти на інноваційному товарі, щоб розвиватися далі.

Проблема формування механізмів розвитку інтелектуальної активності особистості та персоналу підприємств, отримання синергійного ефекту від інтелектуальних в умовах сьогодення є актуальною для збереження еліти нації, суспільства, конкурентоспроможності національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні основи дослідження людського та інтелектуального капіталу у знаннєвомісткій економіці, питання інтелектуалізації суспільства, економіки і менеджменту, інтелектуальної творчості індивідів, розвитку особистості, мотивації інтелектуальної активності та творчої інтелектуальної праці персоналу, а також засади

розвитку інтелектуальної складової трудового потенціалу та правління інтелектуальним капіталом підприємств ґрунтовно висвітлили у своїх працях низка українських та іноземних науковців: С. Вовканич [5], А. Кендюхов [6], Д. Богоявленська [1], А. Колот [8], О. Хілуха, О. Кузьмін та Л. Ліпич [12], А. Василик [4], С. Кісь [7], М. Буковинська [2], І. Новойтенко [10], М. Бургін [3], Ж. Піаже [11], Л. Лукічева [9] та ін.

Для цілей дослідження цікавими є трактування сутності розвитку інтелектуальної активності як цільової функції менеджменту підприємств. Водночас не повністю вивченими є питання обґрунтування сукупності економічних і психологічних принципів розвитку інтелектуальної активності персоналу, спрямованих на його особистісно-фахову активізацію, формування основних етапів процесу розвитку інтелектуальної активності в системах менеджменту підприємств.

Постановка завдання. Метою дослідження є окреслення підходів, принципів та ключових критеріїв щодо формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтелектуальна активність – одна з актуальних категорій дослідження педагогічної, психологічної, економічної та управлінської наук. У психології активність розглядається як одна з найважливіших категорій, що характеризує життєдіяльний стан людини, детермінований вродженими, набу-

тими в онтогенезі і в процесі соціалізації особистості потребами. Активність завжди спрямована на усунення певних внутрішніх протиріч організму, певних суперечностей між організмом і середовищем, між суб'єктом і навколишнім середовищем, між особистістю і соціальним середовищем.

Одним із визначальних понять дослідження інтелектуалізації систем менеджменту підприємств є «інтелектуальна активність» особистості фахівця та персоналу підприємства загалом. Саме з позицій управлінської науки назрілим є розгляд та напрацювання основних підходів до створення в системах менеджменту умов для формування й розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств. Йдеться про інтелектуальну активність особистості та персоналу систем менеджменту щодо пошуку, актуалізації й розв'язування інтелектуальних завдань (управлінських, економічних, технологічних, продуктивних, інноваційних, соціальних, особистісної взаємодії), спрямованих на досягнення конкурентних переваг підприємства.

Важливість і життєздатність таких інтелектуалізаційних тенденцій в економіці та менеджменті спробуємо обґрунтувати такими аргументами: 1) взаємозалежність підприємств в умовах всеростаючих високотехнологічних та інноваційних проривів ускладнюється пошуком інтелектуального персоналу та робить надактуальним вирішення саме людських індивідуалізованих проблем; 2) майбутнє все наполегливіше вимагає, щоб процеси інтелектуалізації були звернені передусім на внутрішній світ людини, гідні її працю та зарплату, субординацію та взаємовідповідальність щодо інших соціально-економічних систем – підприємства, держави, нації, стверджували життєві, національні, духовні та ціннісні орієнтації людини, її самооцінку та емоційний баланс; 3) інтелектуально-знаннєве збагачення є винятково людським, особистісним, вмотивованим процесом, і саме скоординована інтелектуальна активність у межах підприємства повинна стати запорукою формування його конкурентних переваг.

Отже, з одного боку, інтелектуальна активність є особистісною властивістю, властивістю цілісної особистості, яка не зводиться ні до загальних розумових здібностей, ні до мотиваційних факторів розумової діяльності [1, с. 37]. Такий підхід дає можливість досить переконливо розрізнити творчість та інтелект і визначити творчість. З іншого боку, інтелектуальну активність розуміють як зміну величини ефективності творчої праці, спрямованої на вирішення певного завдання в межах встановленої цілі та часових обмежень [9, с. 278]. У цьому контексті, інтелектуальна активність може бути спрямована на отримання споживної вартості або на задоволення інтересів самого працівника, а власне розумова праця перетворюється на інте-

лектуальну, коли набуває творчого, інноваційного характеру, тобто позбувається рутинних, повторюваних елементів [4, с. 125].

Зважаючи на багатоаспектність цього визначення, стосовно до менеджменту воно повинно розкривати забезпечення ефективних механізмів формування умов для розвитку й комерціалізації інтелектуальної активності.

У цьому контексті зазначимо, що методом «креативного поля» було визначено три рівні інтелектуальної активності особистості – стимулююче-продуктивний, евристичний, креативний [1, с. 56]:

1) стимулююче-продуктивний, або пасивний, – характеризується тим, що індивід не виходить за межі заданого або спочатку знайденого способу дії, і пізнавальна діяльність здійснюється за рахунок зовнішніх стимулів;

2) евристичний – індивід проявляє певну інтелектуальну активність (інтелектуальна активність не стимульована зовнішніми факторами і незадоволеністю результатами діяльності), аналізує свою діяльність і відкриває нові, оригінальні, більш досконалі способи вирішення завдань;

3) креативний (вищий рівень інтелектуальної активності) – індивід проникає в сутність явища, ставить нові завдання і вирішує нові проблеми, віддаючи перевагу діяльності, що мотивована зсередини.

Накладаючи зазначені рівні на соціально-економічну систему підприємства, можемо констатувати, що стимулююче-продуктивний рівень має місце тоді, коли працівники підприємства, досить старанно працюючи, залишаються в межах заданого алгоритму функціонування систем менеджменту та операційних технологій. Тобто йдеться не про відсутність їх розумово-інтелектуальної діяльності взагалі, а про брак внутрішнього джерела її стимуляції – пізнавального інтересу.

На евристичному рівні персонал підприємств уже проявляє деяку інтелектуальну активність, яка не стимулюється зовнішніми факторами, шукає нові підходи, способи, методи та засоби вирішення виконуваних функційних завдань. Проте евристичний персонал схильний виявляти лише емпіричні закономірності, які дають змогу вирішувати завдання, поставлені на вищих рівнях управління, на відміну від креативного персоналу, для яких емпірична закономірність стає не формальним засобом, а самостійною проблемою. Якісна особливість творчих працівників – самостійна, не стимульована ззовні постановка проблеми та намагання її вирішити.

Отже, персонал підприємства який належить до стимулююче-продуктивного рівня, зазвичай добре засвоює свій фаховий інструментарій та опановує засоби свого робочого місця відповідно до функційних зобов'язань і більш або менш успішно виконує їх. Працівники-евристи здатні

знаходити й узагальнювати методи виконання функційних обов'язків, а креативи, знайшовши певний оптимальний спосіб виконання обов'язків, досліджують витоки й причини його ефективності, шукають загальні закономірності здійснення процесів господарської діяльності, їхні відмінності та схожість у різних системах і підсистемах менеджменту тощо. Тобто представники креативного персоналу розглядають виявлену закономірність як окреме та нове завдання, яке теж потребує вирішення.

Стимулююче-продуктивний рівень відповідає прийняттю і продуктивному вирішенню завдань, однак у межах уже поставлених проблем; евристичний рівень відповідає відкриттю нових закономірностей емпіричним шляхом; креативний рівень відповідає теоретичним відкриттям, коли вчений будує теорію, яка пояснює факти, ставить нову наукову проблему [1].

З огляду на викладене, пропонуємо як гіпотезу розглянути новий, четвертий, рівень інтелектуальної активності – ідейно-світоглядний, – коли особистість через призму свого світоглядно-емоційного розвитку та фахового розуміння генерує нові ідеї, явища і процеси, моделює нову реальність у просторі і часі, формує нестандартні завдання і вирішує нові проблеми, віддаючи перевагу діяльності, що мотивована його ідейними та духовними переконаннями.

Специфічне поєднання різних властивостей розуму певного працівника, їх стійкий вияв у процесі розв'язування різних завдань та виконання функційних обов'язків характеризують стиль його інтелектуальної діяльності на підприємстві. Саме власний інтелект особистості працівника, за допомогою якого він не тільки пізнає, а й перетворює внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, активно впливає на нього самого, дає можливість формувати стратегію його життя, де складовою частиною є професійна діяльність, та реалізувати її впродовж багатьох років. Уважається, що найвищим рівнем розвитку інтелекту є така його структура, яка забезпечує творче перетворення дійсності, творчість у її різноманітних видах і виявах.

У своїх дослідженнях науковці стверджують, що формування інтелектуальної активності – це стихійний, підлеглий своїм особливим законам процес визрівання операційних структур (схем), що поступово виростають із предметно-життєвого досвіду особи [11].

Отже, виокремлення нової цільової функції менеджменту персоналу – «розвиток інтелектуальної активності» в цьому разі означає створення необхідних умов для реалізації персоналом підприємства своїх природних і фахових потенціалів, самоактуалізації своїх ідейних, світоглядних, духовних, морально-ціннісних, культурологічних та професійно-компетентнісних «Я». Працівник

підприємства постає як активний суб'єкт розв'язкової діяльності у трьохвимірній системі координат: часі, просторі, таланті (інтелекті). Тут основою його інтелектуальної активності, первинними її детермінантами визнаються внутрішні, іманентно притаманні особистості структури певних прагнень і спонукань. У цьому контексті спробуємо не погодитись з класиком А. Маслоу, який різні рівні прояву активності людини пов'язує винятково з ієрархією потреб, і саме система потреб, на його думку, є головним джерелом активності особистості. Розвиваючи цю думку, вважаємо, що історичні факти з націєтворчих, військових та й суспільно-економічних звершень багатьох народів світу довели наявність більш вищих, ніж лише «потреби», джерел і стимулів активності людей. Зокрема, надважливими рушіями людської активності, зокрема й інтелектуальної, на нашу думку, є: 1) ідейне прагнення до ідеалу; 2) прагнення до національної, соціальної, економічної, історичної, конкурентної справедливості; 3) відчуття гордості за свою націю, справу, команду, вчинки.

Формування атмосфери динамічного генерування нових ідей та інтелектуального продукту, мотивування потреби до пізнання нових відтінків у професійній тематиці, підтримання цікавості до виду економічної діяльності підприємства, прагнення до ідеалу фаховості, прагнення до перемоги в конкурентній боротьбі, гордості за своє підприємство і команду працівників, з якими спільно досягаєш успіху, та свою державу має народжувати, своєю чергою, емоційно забарвлену інтелектуальну активність. Створення умов для цього є головною метою інтелектуалізації менеджменту та одним з основних завдань системи управління персоналом підприємств.

Зауважимо, що в процесі актуалізації інтелектуальної активності персоналу підприємств не потрібно штучно звужувати простір цієї активності лише до предметного поля діяльності окремого працівника чи команди. Варто налаштовувати персонал щодо прояву інтелектуальної активності та ініціативності на весь спектр проблематики господарської діяльності підприємства, різних рівнів управління та функційних підрозділів і систем. «Погляд з боку», порівняння умов праці, інструментарію, процесів організування праці та технологій окремих операцій, дадуть змогу отримати цінні та прикладні підходи до вирішення проблем, зменшення витрат ресурсів, зростання підсистемної, системної чи секторальної конкурентності тощо.

Не менш важливим для сучасного менеджменту є опція щодо популяризації гнучкого середовища інтелектуального зростання персоналу, основними критеріями якого будуть: відкритість, природність, довірливість, послідовність, твердість. Основними засадничими принципами такого зростання повинні визнаватися такі: кожний

фахівець розглядається як автономний «само-актуалізований індивід»; відсутність примусу до нав'язування інтелектозбагачення, компетенцій, знань чи досвіду, якими повинен оволодіти кожний фахівець, адже значущість будь-якого інтелектуального здобутку має визначатися суб'єктивним сприйняттям та цілетворенням; синергічність отриманих інтелектуальних звершень визнається вищим пріоритетом ефективності в інтелектоворенні для систем менеджменту; неприпустимість централізованого чи авторитарного контролю та систем демотивації щодо інтелектуалізаційного процесу та його учасників; пріоритетність інтелектозбагачення визначається самоактуалізацією бізнесу та рівнем приросту конкурентних переваг підсистем, систем, підрозділів, рівнів управління чи підприємства загалом; винагорода диференціюється відповідно до інтелектуального внеску інтелектоносіїв та їх команд.

Формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу варто спрямовувати на особистісно-фахову активізацію, і він має ґрунтуватися на низці психологічно й економічно обґрунтованих положень, зокрема:

1) інтелектуалізаційний поступ та його умови характеризуються емоційно стимулюючим інтелекто-знанням середовищем, коли особливе значення надається ініціативності персоналу у посадово-фаховій діяльності, зокрема і міжфункційним підходам у співвідношенні з «людськими стремліннями і потребами», а також саморегулювання та «свободи творення з почуттям відповідальності за загальну справу»;

2) зростання активності повинно відбуватися в умовах позитивізму та в атмосфері партнерства, співпраці, дружньої теплоти, емоційної щирості, зацікавленості в індивідуальному і загальному результатах, взаємного сприйняття, відсутності упереджених суджень і принизливих обставин із боку менеджменту. Неодмінною умовою має бути домінування конструктивних міжособистісних взаємовідносин у творчих командах, підрозділах, системах менеджменту, а також взаємної поваги і довіри між підлеглими та керівниками;

3) інтелектуалізаційний процес структурується функційним менеджментом та фахівцями залежно від операційної діяльності підрозділів і систем менеджменту на «солідарно-цільовій основі», тобто так, щоб у відношенні його очікуваних цільових результативних індикаторів були пріоритетність і взаємна завершеність;

4) системний координатор інтелектуалізації, керівник структурного підрозділу чи проекту не повинен виконувати лише функцію «контролю» або панувати над процесом розвитку інтелектуальної активності. Його місія – вміння прогнозувати та конструювати можливі синергічні ефекти від індивідуальних інтелектуальних здобутків,

консультування учасників процесу і його регулювання, сприяння у визначенні особистісних пріоритетів для інтелектуальної активності фахівців;

5) кожен фахівець удостоюється реальної можливості вибору «інтелектуальних альтернатив» у межах професійного навантаження, посади, підрозділу чи системи менеджменту, а координатор, не визначаючи заздалегідь персональних та загальних цілей етапу інтелектуалізації, заохочує персонал до самореалізації через призму комплексного інтелектуального погляду на діяльність підприємства в будь-якій формі та залежно від актуального рівня їх професійно-компетентісного розвитку;

6) ключовим критерієм розвитку інтелектуальної активності мають бути її можливості в аспекті максимізації потенціалу і стимулювання інтелекто-творчих професійних здібностей персоналу. Сутність процесу розвитку інтелектуальної активності – акумулювання суб'єктивного досвіду професійних пізнань, що пронизують виробничо-господарську діяльність підприємства та фахове життя особистості, збагачення його найновішими гранями знань, досвіду, компетенцій і змістовними елементами культурно-духовного піднесення;

7) загалом, рекомендується в системах менеджменту не оцінювати персональну успішність в інтелектуальному поступі, не використовувати інструментарій зниження досягнутого рівня винагороди фахівця як форму тиску на персонал за відсутність ідей, утримуватися від публічних критичних суджень щодо пропонуваних ідей, адже це насамперед сіє страх персоналу щодо можливих невдач та помилок, блокує відвагу до вчинків та емоційно розрівноважує особистість. Проблеми процесу розвитку інтелектуальної активності персоналу та способи його оцінки варто спільно обговорювати фахівцями поміж собою або координатором і фахівцем за проханням останнього. Така субординація є необхідною умовою для формування належної емоційної атмосфери в інтелектоворчих системах менеджменту підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Резюмуючи все вищевикладене, необхідно зазначити, що таке поняття, як розвиток інтелектуальної активності персоналу, актуалізується в менеджменті на сучасному етапі, є недостатньо дослідженим та не має належного висвітлення в економічній літературі. Формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу варто спрямовувати на особистісно-фахову активізацію, окреслення принципів, етапів, критеріїв та цільових показників інтелектуального зростання персоналу. Формування критеріїв оцінювання ефективності процесу розвитку інтелектуальної активності персоналу, визначення сутності інтелектуального порядку та принципів його функціонування стануть предметом подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богоявленская Д.Б. Интеллектуальная активность как проблема творчества / Д.Б. Богоявленская. – Ростов : РГУ, 1983. – 176 с.
2. Буковинська М.Л. Формування і розвиток особистості: соціальний аспект / М.Л. Буковинська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 8(135). – 196 с.
3. Бургин М.С. Интеллектуальная активность как характеристика мышления М.С. Бургин // Рациональность и семиотика поведения. – Киев : ИФ АН Украины, 1998. – С. 24–32.
4. Василик А.В. Сучасні підходи до мотивації інтелектуальної активності персоналу підприємства / А.В. Василик // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – Спец. вип. : у 3-х т. Соціально-трудова відносина: теорія і практика. – К. : КНЕУ, 2010. – Т. I. – С. 124–132.
5. Вовканич С.Й. Теоретико-методологічні основи дослідження людського та інтелектуального капіталу в знанієвомісткій економіці: концептуалізація понять / С.Й. Вовканич, Л.К. Семів // Регіональна економіка. – 2007. – № 4. – С. 7–19.
6. Кендюхов А. Мотивація творчої інтелектуаль-

ної праці: дослідження основних підходів / А. Кендюхов // Економіка України. – 2005. – № 3. – С. 49–56.

7. Кісь С.Я. Формування системи забезпечення інтелектуалізації персоналу підприємства / С.Я. Кісь // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2015. – № 5. – С. 31–34.

8. Колот А.М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / А.М. Колот // Економічна теорія. – 2007. – № 2. – С. 3–13.

9. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом : [учеб. пособ.] / Л.И. Лукичева. – М. : Омега-Л, 2007. – 552 с.

10. Новойтенко І.В. Теоретико-методичні засади розвитку інтелектуальної складової трудового потенціалу підприємства / І.В. Новойтенко // Агроінком. – 2013. – №№ 7–9. – С. 95–99.

11. Пиаже Ж. Психология интеллекта / Ж. Пиаже. – М. : Директ-Медиа, 2008. – 351 с.

12. Хілуха О.А. Управління інтелектуальним капіталом машинобудівних підприємств: теоретичні та прикладні положення : [монографія] / О.А. Хілуха, О.Є. Кузьмін, Л.Г. Ліпич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 200 с.

Е-MAIL ЯК ЕФЕКТИВНИЙ КАНАЛ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ E-MAIL AS EFFECTIVE MARKETING COMMUNICATIONS CHANNEL

У статті розглянуто теоретичні основи e-mail-маркетингу як ефективного інструменту підтримки бізнесу, що сприяє налагодженню тісних зв'язків з існуючими клієнтами та допомагає залучити нових. Наведено його відмінність від спаму. Розглянуто види e-mail-розсилок як основного інструмента e-mail-маркетингу, а також виокремлено критерії, що їх необхідно дотримуватися під час створення повідомлень. Визначено можливі реакції користувачів на розсилки від підприємств різних напрямів діяльності. Узагальнено показники оцінювання ефективності даного каналу маркетингових комунікацій, серед яких виділено конверсію як найбільш вживаний показник.

Ключові слова: маркетинг, e-mail-маркетинг, e-mail-розсилка, конверсія, рівень клікабельності, спам, користувачі, інструменти e-mail-маркетингу.

В статье рассмотрены теоретические основы e-mail-маркетинга как эффективного инструмента поддержки бизнеса, который способствует налаживанию тесных связей с существующими клиентами и помогает привлечь новых. Приведены его отличия от спама. Рассмотрены виды e-mail-рассылок как основного инструмента e-mail-маркетинга, а также выделены кри-

тери, которые необходимо соблюдать при создании сообщений. Определены возможные реакции пользователей на рассылки от предприятий различных направлений деятельности. Обобщены показатели оценки эффективности данного канала маркетинговых коммуникаций, среди которых выделена конверсия как наиболее используемый показатель.

Ключевые слова: маркетинг, e-mail-маркетинг, e-mail-рассылка, конверсия, уровень кликабельности, спам, пользователи, инструменты e-mail-маркетинга.

The article devoted to theoretical essentials of e-mail-marketing as an effective tool for business support, which fosters close relationships with existing customers and help attract new ones. The article also provides differs between e-mail-marketing and spam. Considered types of e-mail-mailing as the main tool e-mail-marketing, and also singled out criteria of compiling messages. Determined the potential reaction of users to the direct mail from companies of various spheres of economy activities. Overview indexes of effectiveness evaluation of channel marketing communications, including conversion as the most frequently used indicator.

Key words: marketing, e-mail-marketing, e-mail-mailing, conversion rate CTR, spam, users, tools of e-mail-marketing.

УДК 339.1:658.8

Скригун Н.П.

к.е.н, доцент кафедри маркетингу
Національний університет
харчових технологій

Семененко К.Ю.

аспірант кафедри маркетингу
Національний університет
харчових технологій

Авраменко І.М.

студентка
Національний університет
харчових технологій

Постановка проблеми. Останніми роками традиційні маркетингові інструменти поступово поповнюються новими, осучасненими та ефективні-

шими видами, які переважно пов'язані з мережею Інтернет – потужним комунікаційним простором. Передусім цьому сприяє стрімкий розвиток нау-