

References:

1. Податки та бухгалтерський облік. Вересень, 2017/№ 72. Альошкіна Наталія: Податкові зобов'язання з ПДВ: що це таке і коли виникають. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/mbu/2017/september/issue-72/article-30242.html>
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010р. №2755 – VI. [Electronic resource]: URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Про затвердження переліку видів виплат, що здійснюються за рахунок коштів роботодавців, на які не нараховується єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: постанова кабінету міністрів України № 1170 від 22.12.2010р. [Electronic resource] URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1170-2010-п>
4. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010р. № 2464-VI?. [Electronic resource] URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>

Olesya Bloshuk

Directrice de thèse: Zhanna Krysko

Candidat des sciences économiques, Professeur agrégé

Tuteur de français: Oksana Nychko

Candidat des sciences philologiques, Professeur de langues étrangères

Université nationale économique de Ternopil

APPLICATION DES TECHNOLOGIES WEB À LA CRÉATION DE LA REPRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE ET À LA PROMOTION D'ENTITÉ ÉCONOMIQUE

La transition rapide des entreprises vers Internet entraîne la nécessité d'utiliser des outils spécifiques qui attirent activement l'attention des consommateurs sur les ressources électroniques des organisations, des entreprises ou des institutions. Nombreux producteurs nationaux, même disposant de produits compétitifs, ne peuvent pas se déclarer suffisamment dans les communautés Web, ni créer leur propre image de marque et celle de leurs produits, ni former et maintenir des groupes cibles de consommateurs fidèles et d'autres partenaires économiques.

Les problèmes liés à l'utilisation des technologies Web ont été étudiés dans les travaux de V. Baikov, K. Vertaim, I. Litovchenko, V. Pylypchuk, N. Illyashenko, G. Mozgova, Yu. Shipulin et d'autres. Dans leur développements théoriques les principaux outils et technologies du Web

marketing activement utilisés dans les entreprises modernes, les méthodes pour les appliquer conformément aux spécificités des entreprises ont été pris en compte.

La politique de la communication Web est un ensemble d'actions visant à planifier et à mettre en œuvre l'interaction d'une organisation avec tous les acteurs du système de marketing, basée sur l'utilisation d'outils et de technologies de cette communication qui permet de former de manière stable et efficace la demande et de promouvoir les besoins des consommateurs pour tirer leur profit. Les tendances mondiales montrent qu'il est plus facile pour les consommateurs de percevoir les informations à travers les réseaux sociaux, car ce type de communication ne fatigue pas les consommateurs potentiels.

Actuellement, Internet compte environ 2 milliards d'utilisateurs, représentant environ 28% de la population mondiale, et ces chiffres sont en augmentation. Une étude réalisée par le groupe de sociologie Wetpaint / Altimeter sur les 100 marques mondiales les plus chères a montré que les entreprises qui utilisent activement les réseaux sociaux ont réalisé une croissance de leurs bénéfices de 18% en moyenne, tandis que les autres ont enregistré une perte de 6%. En d'autres termes, il existait un lien direct entre les résultats financiers et l'activité de l'entreprise dans le domaine des réseaux sociaux [1].

Les principaux avantages du réseau de communautés Web ceux qui offre la possibilité de trouver de nouveaux employés, des clients avec lesquels on peut établir une conversation virtuelle. Vous pourriez également trouver des partenaires commerciaux. Vous auriez l'occasion de poser des questions en groupe et de connaître les goûts des consommateurs. Sur le Web, il sera possible de fournir des informations sur la société, des blogs et des annonces d'organisation d'événements.

La promotion du site Web est réalisée afin de permettre à un nombre croissant de clients de connaître les produits et de réaliser de telles étapes (Figure 1).

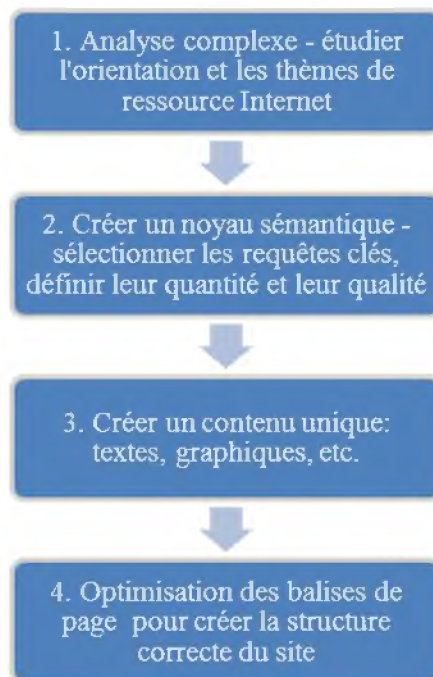


Figure 1. "Schéma de la séquence des étapes de la promotion du site Internet" [2].

Développer votre site Web nécessite une stratégie efficace. Son essence est d'être utile à son public, de disposer d'un contenu d'information intéressant et pertinent, de ne pas avoir peur de tester de nouvelles approches, d'utiliser des promotions, des concours et des campagnes de marketing ou des campagnes de clics sur des réseaux sociaux.

Avec le potentiel des réseaux sociaux il ne fera qu'augmenter à mesure que la pertinence de ce canal de communication avec les clients le sera davantage. Si la société travaille avec des produits ou des services dont le public cible utilise activement Internet et les réseaux sociaux, ces opportunités seront particulièrement prometteuses pour la création de la réputation, la promotion et le développement de la société. Par conséquent, les réseaux sociaux doivent être utilisés efficacement pour résoudre divers types de tâches liées à la promotion de l'entreprise. Mais le domaine virtuel change souvent et s'améliore, de sorte qu'il faudra toujours former de nouvelles approches et méthodes pratiques.

Liste des sources utilisés:

1. Савицький О. За прибутком – у соціальні мережі // Савицький О. – К.: Газета День №11. - 26 січня 2017.
2. Оптимізація сайту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bankstatey.com/index.php?newsid=20732>.