

Сергій СЕМЕНОВ

Здобувач вищої освіти ОС «Магістр»

спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Лариса ЧОРНОБАЙ,**

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування

Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,

м. Кам'янець-Подільський

ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ТА ОНЛАЙН-ПРОДАЖІВ НА БІЗНЕС

Сучасне підприємництво не може уявити своє існування без цифрового маркетингу та онлайн-продажів. Ці стратегії стали невід'ємною частиною розвитку бізнесу та впливають на нього в найкращому значенні. Адже у сучасному світі споживач настільки перевантажений рекламними повідомленнями, що основна проблема кожного маркетолога - це створення такого повідомлення, яке не дасть його бренду загубитися в загальному рекламному шумі [1, с. 7].

Цифровий маркетинг надає можливість компаніям досягати своєї цільової аудиторії з усього світу. Завдяки соціальним мережам, пошуковим системам та іншим онлайн-платформам, підприємства можуть ефективно рекламувати свої товари та послуги та залучати клієнтів, незалежно від їхнього місця перебування. Це розширює горизонти бізнесу та відкриває нові ринки для розвитку.

Онлайн-платформи зазвичай прагнуть залучити споживачів, пропонуючи свої основні послуги безкоштовно. Залучивши критичну масу споживачів, вони прагнуть заробляти гроші на бізнес-користувачах з іншого боку платформи. На платформах на основі транзакцій, таких як Amazon Marketplace або Apple App Store, це відбувається переважно за рахунок комісії,

яка стягується з роздрібних продавців або розробників програм відповідно [2, с 131].

Також, цифровий маркетинг дозволяє підприємствам точно спрямовувати свою рекламу до цільової аудиторії. За допомогою аналітики та таргетування рекламних кампаній, компанії можуть звертатися до клієнтів, які дійсно зацікавлені в їхніх продуктах та послугах. Це підвищує конверсію та зменшує витрати на рекламу.

Онлайн-продажі стали невід'ємною частиною цифрового бізнесу. Інтернет-магазини, маркетплейси та електронні платформи дозволяють клієнтам зручно обирати та купувати товари та послуги онлайн, не покидаючи дому. Це особливо актуально в умовах пандемії COVID-19, коли фізичні магазини часто були обмежені в роботі.

Потрібно зауважити, що цифровий маркетинг і онлайн-продажі надають підприємствам можливість збирати великі обсяги даних про свою аудиторію та споживачів. Ці дані можуть бути використані для створення персоналізованих пропозицій і покращення товарів і послуг. Аналітика і машинне навчання допомагають підприємствам розуміти покупців краще і пропонувати їм саме те, що вони потребують.

До того ж, як цифровий маркетинг так і онлайн-продажі роблять процес комунікації з клієнтами більш прозорим і відкритим. Клієнти можуть залишати відгуки і рецензії, що стимулює підприємства до поліпшення якості своїх продуктів та обслуговування. Публічні обговорення також допомагають підприємствам зберегти репутацію та розвивати довіру серед клієнтів.

Використання соціальних мереж дозволяє не тільки продавати товари і послуги, але і просувати свій бренд, застосовуючи для цього різні доступні інструменти (відеоролики, текстові пости, публікації з фото, рекламу, колаборації з відомими блогерами і т.д.). Крім того, у період коронакризи соціальні мережі допомагають малим підприємствам з просуванням. Так, у Facebook та Instagram з'явилася кнопка «Share a Business», за допомогою якої

користувачі можуть розповісти про своїх улюблених виробників і магазини [3, с. 163].

Зменшення витрат на рекламу - одна з переваг використання цифрового маркетингу, а онлайн-продажі сприяють просуванню товарів. Вони дозволяють ефективно спрямовувати рекламу лише до тих, хто виявив інтерес до продуктів, що дозволяє економити ресурси і отримувати кращий результат. Більше того, цифрові кампанії можна легко масштабувати і адаптувати, що дозволяє бізнесу бути більш гнучким і реагувати на зміни швидше.

Загалом, вплив цифрового маркетингу та онлайн-продажів на бізнес надзвичайно позитивний. Ці стратегії допомагають підприємствам залучати клієнтів, поліпшувати якість обслуговування, оптимізувати витрати та бути більш конкурентоздатними. Вони перетворюють спосіб, яким бізнеси функціонують і взаємодіють зі світом навколо них, і стають ключовими чинниками успіху в сучасному підприємстві.

Володіння маркетинговою інформацією про параметри ринку та інші зовнішні чинники дає можливість суб'єкту ринку знизити ступінь невизначеності зовнішнього середовища, асиметрію розвитку свого виробництва й перетворити інформацію на джерело отримання конкурентної переваги [4, с. 260].

Онлайн-продажі також сприяють підвищенню ефективності операцій та зручності для клієнтів. Автоматизовані системи обробки замовлень та інтеграція засобів комунікації дозволяють прискорити обробку замовлень і покращити обслуговування клієнтів. Крім того, онлайн-платформи дозволяють вести облік та аналіз продажів, що допомагає оптимізувати асортимент товарів та планувати закупівлі.

Вплив цифрового маркетингу та онлайн-продажів на бізнес важливий не лише для підприємств, але й для споживачів. Вони отримують доступ до більшого вибору товарів та послуг, можуть порівнювати ціни та якість,

замовляти товари з доставкою, а також користуватися різноманітними зручностями, які надають онлайн-платформи.

Проте важливо пам'ятати, що успіх вимагає компетентності та стратегії. Треба мати професіоналів в галузі цифрового маркетингу та інтернет-торгівлі, які допоможуть вам максимально ефективно використовувати ці інструменти. Також слід тримати в розрізі тенденції ринку та реагувати на зміни в попиті клієнтів.

Особливістю масового використання інформаційних технологій є необхідність розосередження заходів щодо захисту даних серед масових користувачів. Інформація повинна бути захищена там, де вона створюється, збирається, переробляється і тими організаціями, які несуть безпосередні втрати при несанкціонованому доступі до даних. Цей принцип раціональний і ефективний: захист інтересів окремих організацій – це складова реалізації захисту інтересів держави [5, с. 260].

У підсумку, вплив цифрового маркетингу та онлайн-продажів на бізнес надзвичайно значущий. Ці інструменти дозволяють компаніям розширити свої горизонти та підвищити ефективність маркетингу та продажів. Вони відкривають безліч можливостей для розвитку інноваційних та конкурентоздатних підприємств. Вплив цифрового маркетингу та онлайн-продажів на бізнес надзвичайно важливий і багатогранний. Ці стратегії перетворюють спосіб, яким підприємства взаємодіють із своєю аудиторією, рекламують свої продукти і послуги, а також здійснюють продажі. Продовжуючи розглядати цю тему, ми розкриємо додаткові аспекти впливу цифрового маркетингу та онлайн-продажів на бізнес.

Список використаних джерел

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 265 с.

2. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
3. Маркетингова освіта в Україні: Збірник матеріалів V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 7–8 жовтня 2021 р. : [Електронний ресурс], К.: КНЕУ, 2021. 448 с.
4. Пилипчук В. П., Данніков О. В. Управління продажем : навч. посібник / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков. — К. : КНЕУ, 2011. — 627 с.
5. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.