**ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМСТВО**

**THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON THE MODERN ENTERPRISE**

Науковий керівник: асистент кафедри маркетингу

Давидова Ганна Віталіївна

Здобувач бакалавріату Кривоножко Катерина Вікторівна

Supervisor: Assistant of Department of Marketing

Davydova Hanna Vitaliivna

Bachelor Kryvonozhko Kateryna Viktorivna

**Анотація:** цифровий маркетинг є ключовим інструментом розвитку сучасних підприємств. У XXI столітті використання цифрових каналів комунікації стало потребою для збереження конкурентоспроможності. Основна увага приділена таким складовим, як соціальні мережі, контент-маркетинг, SEO, email-розсилки і таргетована реклама. Використання цифрових технологій сприяє кращій комунікації з клієнтами, підвищенню впізнаваності бренду, залученню нової аудиторії, а також формуванню конкурентних переваг. А персоналізація та аналіз поведінки споживачів відіграють ключову роль у підвищенні ефективності маркетингових стратегій. Тому цифровий маркетинг — це не просто тренд, а стратегічний напрям, який формує нову бізнес-реальність.

**Ключові слова:** цифровий маркетинг, сучасне підприємство, соціальні мережі, онлайн-реклама, споживач, комунікація, бізнес, конкурентоспроможність, маркетингові інструменти.

**Annotation:** Digital marketing is a key tool for the development of modern enterprises. In the 21st century, the use of digital communication channels has become a necessity to maintain competitiveness. The main attention is paid to such components as social networks, content marketing, SEO, email newsletters and targeted advertising. The use of digital technologies contributes to better communication with customers, increasing brand awareness, attracting new audiences, as well as forming competitive advantages. And personalization and analysis of consumer behavior play a key role in increasing the effectiveness of marketing strategies. Therefore, digital marketing is not just a trend, but a strategic direction that shapes a new business reality.

**Keywords:** digital marketing, modern enterprise, social networks, online advertising, consumer, communication, business, competitiveness, marketing tools.

Цифровий маркетинг — це поєднання різних тактик з просування послуг і товарів та взаємодії з клієнтами, які здійснюються через інтернет: соцмережі, пошукові системи, електронну пошту, сайти тощо. Його головною метою є встановлення зв’язку із цільовою аудиторією в потрібному місці та у потрібний час. А найкращим місцем для цього є онлайн-середовище, адже більшість сучасних людей проводить багато часу перед екранами.

Цифровий маркетинг  є новим етапом у розвитку маркетингової діяльності, оскільки він виник під впливом глобальної цифрової трансформації та змін у бізнес-середовищі. Його суть полягає в організації взаємодії між бізнесом і споживачами за допомогою різноманітних цифрових каналів. В таких умовах ефективність підприємства залежить від вибору оптимальних форм діяльності серед різних варіантів між онлайн- та офлайн-платформами для комерції. Конкурентоспроможність бізнесу є динамічним явищем, яке може змінюватися залежно від оновлення потреб, інтересів, можливостей або уподобань споживачів, а також через активний розвиток конкурентів. [1]

Переваги цифрового маркетингу включають в себе широке охоплення, можливість точного націлення на потрібну аудиторію, вимірювані результати, а також економічну ефективність. Завдяки цьому бізнес може ефективно взаємодіяти з клієнтами, зміцнювати довіру до бренду та покращувати власні продажі.

Соціальні мережі, такі як: Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter створюють нові можливості для таргетованої реклами та прямої комунікації з аудиторією. За допомогою алгоритмів маркетологи можуть формувати персоналізовані пропозиції та покращувати досвід користувача. Такі інструменти, як email-маркетинг, ремаркетинг, аналітика веб-сайтів і контент-стратегії дозволяють підприємствам адаптуватися до потреб клієнтів у реальному часі. Застосування SEO (оптимізації під пошукові системи) допомагає бізнесу бути помітним у цифровому просторі, що є безумовно важливим фактором в сучасних умовах високої конкуренції.

Цифровий маркетинг сприяє зниженню витрат на просування, якщо порівнювати з традиційними каналами, такими як: телебаченням чи друкованою рекламою. Для малого та середнього бізнесу це чудовий шанс вийти на нові ринки без не потребуючи великих бюджетів. Сучасне підприємство, яке не використовує цифрові інструменти, втрачає можливість бути гнучким, клієнтоорієнтованим та актуальним.

Переваги цифрового маркетингу для сучасного підприємства [3]:

1. Однією з головних переваг цифрового маркетингу є його здатність забезпечити глобальний охоплення. У той час як традиційний маркетинг обмежується географічними рамками, створення міжнародної маркетингової кампанії може бути складним процесом, що потребує значних витрат часу та коштів. Цифровий маркетинг, натомість, функціонує в онлайновому середовищі, що дозволяє досягати набагато ширшої аудиторії. Завдяки онлайн-присутності навіть невеликий бізнес може презентувати свої товари і послуги широкому колу людей, що зазвичай важко або дорого реалізувати за допомогою традиційних підходів. Поєднання глобального охоплення і високої видимості відкриває значні перспективи для розвитку будь-якого бізнесу.

2. Окрім впливу на міжнародному рівні, цифрові інструменти дозволяють ефективно охоплювати локальних споживачів, що особливо важливо для малого бізнесу. Використання локального SEO та реклами, орієнтованої на конкретний регіон, може стати дієвим способом для компаній залучити більше клієнтів.

3. Однією з основних переваг цифрового маркетингу є його економічна доцільність. У порівнянні з традиційними рекламними каналами, цифровий маркетинг є значно доступнішим. Використання таких інструментів, як SEO, соціальні мережі чи контент-маркетинг, дозволяє підприємствам із мінімальними витратами досягати ефективної конкуренції, навіть якщо їхній бюджет обмежений.

4. Цифровий маркетинг також сприяє підвищенню впізнаваності бренду. Для бізнесу, який прагне залучити нових клієнтів та розвиватися, цей аспект має вирішальне значення. Регулярна комунікація з клієнтами за допомогою соціальних мереж або email-розсилок допомагає посилити позитивний імідж бренду і забезпечити лояльність аудиторії.

5. Високоточне таргетування є ще однією ключовою перевагою цифрового маркетингу, що робить рекламні кампанії більш результативними. Сучасні цифрові платформи пропонують широкий спектр можливостей для налаштування реклами за віковими категоріями, місцем проживання, інтересами або поведінковими особливостями користувачів. Ці інструменти включають оптимізацію за ключовими словами (SEO), оплату за клік (PPC) та використання демографічних даних у соціальних мережах. Завдяки різноманітним підходам до таргетування кожна кампанія може бути точно спрямована на потрібну аудиторію.

6. У світі цифрового маркетингу існує безліч стратегій, які можуть адаптуватись під різні типи бізнесу. Наприклад, B2B-компанії, що прагнуть залучити міжнародних клієнтів, потребують зовсім іншого підходу порівняно з локальним B2C-бізнесом, який продає, скажімо, взуття.

7. Ще одна суттєва перевага цифрового маркетингу — це можливість використання різноманітних типів контенту. Бізнес сьогодні може ефективно комунікувати з аудиторією через блоги, подкасти, електронні розсилки, електронні книги, візуальний контент, інфографіки, вікторини, публікації у соцмережах, вебінари та численні інші формати.

8. Одна з найбільших переваг цифрового маркетингу полягає у підвищенні залученості завдяки інтеракціям: лайкам, коментарям, репостам, підпискам. Це сприяє формуванню ближчих відносин із клієнтами і зміцнює їхню лояльність до бренду.

9. Веб-аналітика також є важливим інструментом цифрового маркетингу, оскільки дозволяє відстежувати результати кампаній у режимі реального часу. Це відкриває можливість оперативно вносити зміни для покращення ефективності маркетингових заходів й досягнення запланованих результатів.

10. Цифровий маркетинг забезпечує підвищену рентабельність інвестицій, адже дозволяє раціонально використовувати бюджети та досягати високих показників конверсій. Це напряму впливає на фінансовий успіх підприємства загалом.

11. Інструменти цифрового маркетингу забезпечують бізнесу можливість взаємодіяти зі своєю аудиторією в режимі реального часу, створюючи міцну основу для довготривалих стосунків із клієнтами. Двостороння комунікація полегшує отримання відгуків, допомагає краще зрозуміти очікування споживачів, оперативно реагувати на запити й таким чином покращувати якість сервісу.

12. A/B-тестування становить один із ключових аспектів цифрового маркетингу. Воно дає змогу бізнесу випробовувати кілька варіантів реклами, контенту або email-розсилок для виявлення найбільш результативних рішень відповідно до потреб їхньої аудиторії.

13. Однією з виняткових переваг онлайн-маркетингу є розширення клієнтської бази. Можливості Інтернету дозволяють не тільки працювати з уже наявними споживачами, а й залучати нових клієнтів з інших регіонів або навіть країн, сприяючи масштабуванню бізнесу.

14. Сформована лояльна база клієнтів є основою для стабільного зростання бізнесу. Цифровий маркетинг допомагає не тільки залучати нових споживачів, але і підтримувати зацікавленість вже існуючих через сучасні інструменти, такі як чат-боти, персоналізовані email-розсилки чи мобільні застосунки. Це сприяє покращенню взаємодії між клієнтом і брендом, зміцнюючи довіру та підвищуючи рівень задоволеності клієнтів.

Цифровий маркетинг включає низку інструментів, які сприяють ефективному просуванню бренду, залученню клієнтів і розвитку бізнесу загалом. Серед основних видів цифрового маркетингу можна виділити [2]:

1. Контент-маркетинг — створення цінного, цікавого та актуального контенту для залучення цільової аудиторії та підвищення впізнаваності бренду.

2. Пошуковий маркетинг (SEO/SEM) — оптимізація сайту з метою покращення його видимості в пошукових системах і залучення органічного чи платного трафіку.

3. Маркетинг у соціальних мережах — взаємодія з аудиторією через платформи, як-от Facebook, Instagram або TikTok, формування довіри та залучення нових клієнтів.

4. Електронна комерція — продаж товарів і послуг через онлайн-платформи, що забезпечує зручність і швидкість здійснення покупок.

5. Мобільний маркетинг — використання мобільних пристроїв для просування бренду, контакту з клієнтами та стимулювання продажів.

6. Email-маркетинг — персоналізовані розсилки для комунікації, зацікавлення й утримання клієнтів.

7. Відео-маркетинг — використання відеоконтенту для просування продуктів і послуг, що ефективно демонструє їхню цінність та підвищує залученість аудиторії.

8. Вебінари — онлайн-заходи для навчання клієнтів, демонстрації компетенцій компанії та зміцнення лояльності аудиторії.

9. Інфлюенс-маркетинг — співпраця з блогерами і лідерами думок для популяризації бренду серед їхніх підписників.

10. Автоматизований маркетинг — використання цифрових технологій для спрощення й оптимізації маркетингових процесів, що допомагає заощаджувати ресурси та час.

Ці інструменти є основою в цифровому середовищі, дозволяючи підприємствам ефективно конкурувати, адаптуватися до змін і відповідати вимогам сучасного споживача.

Таким чином, цифрові технології сьогодні виступають ключовим чинником успіху та ефективного просування в будь-якій сфері бізнесу, надаючи значні конкурентні переваги. Цифровий маркетинг – це комплексний підхід до популяризації компанії та її продуктів у цифровому середовищі з можливістю охоплення як онлайн-, так і офлайн-споживачів.

Він дозволяє інтегрувати широкий спектр технологій (соціальні мережі, мобільні додатки, веб-платформи, CRM-системи тощо) з процесами продажу й обслуговування клієнтів, забезпечуючи безперервний і якісний зв’язок між брендом і кінцевим споживачем. Основою цифрового маркетингу є аналітика поведінки користувачів, що дозволяє точніше налаштовувати комунікацію, персоніфікувати пропозиції та ефективно взаємодіяти з аудиторією. Так цифровий маркетинг не лише посилює вплив на цільову аудиторію, а й змінює підхід до ведення бізнесу загалом, адаптуючи його до вимог сучасного ринку. [1]

Отже, цифровий маркетинг формує новий тип взаємодії підприємства з ринком і споживачем. Його вплив не обмежується рекламою — він проникає в усі аспекти бізнесу: від аналітики до розробки продукту. Тому для успіху сучасного підприємства необхідно не просто використовувати цифрові інструменти, а будувати на них стратегію розвитку.

**Список літератури**

1. Вдовічена О. Г., Дюгованець О. М., Чернова І. В. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 2. С. 81–87.
2. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. Економіка і суспільство. 2018. № 17. С. 296–299.
3. 14 Benefits of Digital Marketingin 2025. Global, LocalandMore. URL: <https://www.simplilearn.com/digital-marketing-benefits-article/> (дата звернення: 04.05.2025)