

2. Вартанова О.В., Маляренко І.С. Моделі забезпечення благополуччя персоналу підприємства. Інфраструктура ринку. 2023. № 75. С. 79-85. http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/75_2023/16.pdf
3. Коваленко І. М. Управління благополуччям персоналу в умовах інноваційних змін. Вісник економічної науки України. 2023. № 2(45). С. 138–141.
4. Шаульська Л. В. Управління розвитком персоналу: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 382 с.
5. Стратегія розвитку людського капіталу: Національний звіт / М-во розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Київ, 2021. 68 с.
6. Маслов В. П. Управління персоналом: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 432 с.

УДК 330.1

Повзун Д.І., здобувач освіти
Вартанова О. В., науковий керівник, д.е.н., проф.
Київський національний університет технологій
та дизайну

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ В ЕПОХУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

В умовах стрімкого розвитку цифрової економіки конкуренція набуває посилення між підприємствами, що привертає все більшу увагу підприємців для здійснення маркетингових досліджень. Адже завдяки маркетингу можливо досліджувати та аналізувати пріоритети ринку, його потреби та вміти правильно їх задовольнити. Сучасне маркетингове управління базується на використанні інформаційних технологій, завдяки яким здійснюється маркетингова діяльність та відбувається постійний процес вдосконалення цифрових технологій.

Особливе місце в розвитку України посідає цифрова інфраструктура. Вона ґрунтується на світових трендах засобів інформації та зростанні популярності мережі Інтернет. Таким чином кількість інтернет-користувачів значно зростає, що призводить до збільшення частки онлайн-продажів [1, 2].

Зростання роздрібної торгівлі в онлайн системі можна вважати глобальним трендом, оскільки майже половина населення всього світу зацікавлена в інтернет-покупках. Наприклад, у розвинених країнах, таких як Німеччина, США та Великобританія обсяг торгівлі через мережу Інтернет відповідно складають 16%, 19% та 25% [3].

Активне застосування інформаційних технологій у маркетинговому

управлінні підприємством призвело до появи інтернет-маркетингу, який несе за собою ряд переваг та недоліків. До переваг здійснення інтернет-маркетингу відносяться [5]: зручність, охоплення широкої аудиторії, глобальний попит та пропозиція, економія часу споживачів, мінімізація витрат фірми, широкий асортимент, тощо. Основним недоліком вважають відсутність участі відділу маркетингу в майбутньому успіху підприємства.

До одних із рішень в сенсі переходу до цифрових технологій належить і Digital-маркетинг – ідеальне рішення для просування малого та середнього бізнесу в Україні. По-перше, близько 77% мешканців України різного віку та статі є користувачами багатьох соціальних мереж [5] і це означає, що підприємства одразу отримують велику кількість потенційних клієнтів. По-друге, це майже безкоштовний спосіб залучення споживачів. Всі платформи та публікації контенту на них не потребують грошових вкладень.

Розвиток Інтернет-маркетингу дозволяє ефективно здійснювати маркетингові дослідження за допомогою електронно-обчислювальних машин та мати значний вплив на цільову аудиторію. Завдяки світовій мережі маркетинг має швидкий доступ на ринок будь-якого регіону чи країни.

Автоматизація маркетингу – це суттєвий тренд не лише закордонних компаній, але й вітчизняних. В Україні існує певна кількість фірм, які розробляють автоматизовані програми управління маркетинговою діяльністю. Зокрема, популярним продуктом є програма Act-on вітчизняної компанії B2B Ray.

Література

1. Скомороха Ю. І. Використання інтернет-технологій у маркетингу. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій. 2018. С.462.
2. Солоха Д. В. Маркетингова складова інформаційного забезпечення системи управління розвитку транспортної інфраструктури регіону. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій. 2018. С. 462.
3. Діджиталізація маркетингу в умовах протидії поширенню пандемії COVID-19. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. №45. 2020. URL: [http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/45-2020/27.pdf]
4. Маркетингові дослідження в умовах діджиталізації. Ефективна економіка. №12. 2020.
URL : [http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8431] (дата звернення 16.10.2021)
5. Актуальні тренди digital-маркетинга. Маркетинг і реклама. 2018. №6. С. 50-52.