

Тебенко В.М., канд. екон. наук, доцент
Плясецька В.Р., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, Україна

Трансформація маркетингу під впливом цифрових технологій

На сьогодні майже кожна сфера діяльності змінюється під впливом цифрових технологій. Маркетинг трансформувався кардинально – від класичного підходу до повної цифровізації. Вся маркетингова діяльність тепер проходить у цифровому просторі: аналіз, дослідження, просування, продаж. Розглянемо детальніше термін «цифрової трансформації».

Цифрова трансформація – це зміна організаційної культури і впровадження нових цифрових технологій та комунікацій, які розширюють можливості сфери [1]. Відповідно, це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства.

Цифрова трансформація передбачає не тільки зміну інструментів та методів роботи на більш сучасні варіанти, а й зміну у підході управління, контролю та комунікації. Ефективність роботи та продуктивність праці у зв'язку з трансформацією підвищується, а неефективні витрати зменшуються.

Через повільні темпи трансформації, традиційні компанії будуть витіснені з ринків гнучкими, клієнтоорієнтованими, швидкими, інноваційними компаніями. Вони виникають на стику різних індустрій, переосмислюють традиційні бізнес-моделі, впроваджують нові, більш ефективні рішення [2].

Використання даних та технологій для підтримки маркетингової діяльності створило нову термінологію: цифровий маркетинг, електронний маркетинг, веб-маркетинг, діджитал маркетинг. Для маркетингологів з'явилися нові інструменти роботи – соціальні мережі, аналітика цифрових даних, маркетингплейси, сайти, хмарні технології тощо. Цифровізація залежить від об'єктивних умов та сучасних тенденцій розвитку [3].

Розглянемо дані таблиці 1. Отже, більшість параметрів мають прямий вплив на маркетингову діяльність. Спеціалістам необхідно займатися постійним моніторингом новітніх технологій, та як вони можуть підвищити ефективність роботи й допомогти досягти вищих результатів.

Перевагами трансформації маркетингу з класичного у цифровий є легкість доступу до ресурсу, відсутність територіальних обмежень, активне залучення цільової аудиторії, оперативний аналіз кампаній у реальному часі.

Таким чином, цифрові технології трансформують галузь маркетингу в позитивний бік, підвищуючи ефективність діяльності. Кожна сфера бізнесу проходить етап цифровізації, а підприємці, які нехтують змінами потерпають збитки та стають менш конкурентоздатними. В епоху Інтернету про будь-яке відкриття можна дізнатися онлайн та протестувати на власному проекті. Головне – не поспішати, а аналізувати доцільність тієї чи іншої технології у даному бізнесі чи сфері.

Таблиця

Вплив цифровізації на галузь маркетингу

№	Параметр	Вплив на галузь маркетингу
1	широке запровадження технологій блокчейн та криптовалют	непрямий
2	розроблення нових функцій доповненої реальності і доступність обладнання для віртуальної реальності	прямий
3	розвиток технології хмарних обчислень та запровадження технології туманних обчислень	прямий
4	розвиток штучного інтелекту, «машинне навчання», нейромережі	прямий
5	широке запровадження чат-ботів та віртуальних помічників	прямий
6	розвиток робототехніки, робототехнічних систем (3D-принтерів і 3D-сканерів)	непрямий
7	розвиток систем захисту даних в інформаційних системах та протидія кіберзлочинності	прямий

Цифрова трансформація бізнесу - рушійна сила, що сприяє його просуванню, підвищенню конкурентоспроможності. Це також дозволить йому адаптуватися до нових стандартів, потреб споживачів які змінюються.

Основними перевагами діджиталізації бізнесу є:

- Економія часу та підвищення продуктивності;
- Оптимізація та покращення комунікацій;
- Можливість виходу на новий рівень обслуговування споживачів;
- Формування іміджу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Кулинич М.Б. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств в сучасних умовах. *Економіка, управління та адміністрування*. № 3(89). 2019. С. 8–15; 2. Бахчеван Е.В., Данько Т.О. Цифрова трансформація економіки. *Моделі розвитку економіки: новітні технології в менеджменті, обліку та фінансах: Зб. наук. праць за матеріалами ВНПК 22*. 2019. С. 32-34; 3. Биков В.Ю. Цифрова трансформація суспільства і розвиток комп'ютерно-технологічної платформи освіти і науки України. 2019.