

**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 маркетологів з'явилися нові інструменти роботи – соціальні мережі, аналітика цифрових даних, маркетплейси, 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.