

Карпов В.

здобувач вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні спеціальності 073 «Менеджмент»

Горпинченко О.В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Світова економіка розвивається у дійсній цифровій епохі, коли всі сфери життя стають цифровими. Інтернет, штучний інтелект, аналітика великих даних, соціальні мережі та інші цифрові технології змінили традиційну організацію бізнесу. Маркетинг, як один із найактивніших напрямків управління, виступає як основа цих змін. Сьогодні успіх вимагає не просто адаптації, а глибокої інтеграції інноваційних підходів, що дозволяють ефективно взаємодіяти зі споживачами, які постійно змінюються, та використовувати можливості, які надають новітні технології.

Цифрова економіка, як основна ознака сучасного світу, стосується всіх сфер суспільного життя. Як тренд розвитку світової економіки цифровізація по-різному впливає на ці сфери, але від того, наскільки ця цифровізація впливає на національне економічне та соціальне середовище, залежить місце кожної країни у світовому співтоваристві. Поява цифрових технологій відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країни, спрямовує її інноваційний потенціал у правильне русло, сприяє утворенню конкурентоспроможних позицій на глобальному ринку. Для будь-якої країни підтримка промислового сектору та розвиток власних технологій є основною передумовою для розвитку національної економіки, сфери послуг та зростання рівня доходів і добробуту населення.

Термін «цифрова економіка» вперше використали у 1995 році американський учений з Массачусетського університету Ніколас Негропonte. Він описав переваги використання нових інформаційних та комунікаційних технологій як фактору розвитку нової економіки. Цифрова економіка — це інноваційна та динамічна система, у якій застосовуються сучасні інформаційні технології у всіх сферах економічної діяльності. З цього можна зробити висновок, що цифрова економіка має потенціал покращити ефективність і конкурентоспроможність сучасних підприємств.

Однією з головних особливостей цифрової економіки є її зв'язок з традиційною економікою. Це проявляється у тому, що люди отримують доступ до необхідних товарів чи послуг у відповідний час. Переваги цифрової економіки включають швидке отримання товару або послуги, зниження їх вартості для споживача через зменшення кількості посередників, а також спрощення пошуку постачальників та споживачів.

Варто зазначити, що цифровізація економіки має мету забезпечити доступ до послуг та інформації, які надаються за допомогою інформаційних та комунікаційних технологій. Цифровізація — це інструмент, який може сприяти розвитку інформаційної відкритості суспільства. Це один із ключових чинників збільшення продуктивності праці, економічного зростання, збільшення конкурентоспроможності національних підприємств, створення робочих місць, подолання бідності та соціальної нерівності.

Цифрові технології допомагають зробити промисловість України більш ефективною, а в деяких сферах вони вже стають основою для планування виробництва. Вони змінюють звичайні способи роботи бізнесу і сприяють впровадженню нових ідей. Для того щоб розвивати цифрову економіку в Україні, потрібна національна стратегія, яка створить умови для розвитку інформаційних технологій, щоб вони стали доступними для багатьох.

Основа цифрової економіки — це її інфраструктура, яка включає технології, продукти та процеси, які забезпечують можливості для обчислень, зв'язку та роботи в мережі. Цифровізація є важливим напрямком для розвитку економіки України, оскільки змушує бізнес і громадян використовувати сучасні технології як швидкі, прозорі та доступні інструменти для роботи.

Мета цифрової трансформації української економіки — це перетворення звичайних галузей на більш ефективні й прибуткові. Для досягнення цього потрібно прибрати закони, інституційні та податкові перешкоди, які затримують розвиток цифрової економіки. Важливою умовою є доступ до цифрових технологій — забезпечення вільного доступу до ресурсів і фінансово-економічних даних, що допоможе підприємствам активніше використовувати ці технології.

Перехід до цифрової економіки змінює способи організації бізнесу, вимоги до інформатизації, маркетингу та управління. Цифровізація надає великі переваги національній економіці, оскільки сучасні технології та інтелектуальні системи покращують якість послуг та допомагають розв'язувати проблеми в різних секторах господарства.

Позитивним наслідком цифрової трансформації є збільшення можливостей для людей отримувати знання. У сучасній економіці найголовнішим фактором успіху є розумові здібності працівників. Цифровізація навчання допомагає покращити розвиток регіонів, зменшити різницю в якості освіти між містом і селом та зробити більш ефективними жителів віддалених місць. Навіть у разі широкого доступу до Інтернету, онлайн-освіта в Україні ще не досягла високого рівня розвитку.

Сьогодні цифровізація стає не просто трендом, а обов'язковою умовою для того, щоб підприємства та держава працювали ефективно. Вона створює нові способи управління, дозволяє впроваджувати інновації та забезпечує швидкий обмін інформацією, що допомагає отримувати переваги у світовому ринку.

Умови цифрової економіки потребують від маркетингового управління нових стратегій, які використовують сучасні технології: штучний інтелект, аналіз великих даних, соціальні мережі, автоматизацію та інтернет-платформи. Такі інструменти допомагають компаніям зрозуміти, які потреби вони відчувають клієнти, покращити комунікацію, розрахувати витрати та створити нові способи продажу товарів та послуг. Цифрова економіка зв'язує бізнес, науку та освіту, створюючи єдиний простір для розвитку підприємництва та зростання інтелектуального потенціалу суспільства. Разом з цим, вона вимагає, щоб фахівці мали нові навички, особливо у сфері маркетингу, управління даними та цифрових засобів комунікації.

Література:

1. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. Економіка та суспільство. 2024. № 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3472> (дата звернення: 03.10.2025).
2. Куценко Т. М., Ковіна Т. О., Кучугурна Т. С. Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства в контексті глобалізаційних трансформаційних викликів. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2025. № 89. <http://btie.kart.edu.ua/article/view/330681> (дата звернення: 03.10.2025).
3. Райко Д., Дрепін І., Масалаб О. Адаптація та оптимізація традиційних маркетингових стратегій до вимог цифрової економіки: виклики та можливості. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія: Економічні науки. 2024. № 328(2). С. 18–23. URL: <https://heraldes.khmnpu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/82> (дата звернення: 03.10.2025).