

5. зменшення ризику неплатоспроможності шляхом прискорення обороту грошових потоків та впровадження таких заходів, як моніторинг фінансової стабільності покупця, вивчення потенційного використання факторингу та векселів для прискорення грошового потоку.

6. визначення оптимального та ефективного балансу між власним і позиковим капіталом.

Як наслідок, покращення показників фінансово-господарської діяльності сільськогосподарського підприємства призведе до зростання галузі та держави в цілому.

#### **Література:**

1. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://www.minagro.kiev.ua>.

**Тростянська К. М.**, канд. екон. наук  
**Шило А. Е.**

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
м. Дніпро, Україна

### **ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ОНЛАЙН-ОПИТУВАНЬ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ**

Онлайн-опитування є ефективним сучасним інструментом, необхідним для збору інформації про погляди та досвід цільової аудиторії. Розширенню застосування технології онлайн-опитувань в маркетинговій діяльності сприяє низка факторів:

– Зростає залучення людства до глобальної мережі. Поєднуючи мільярди людей у всьому світі, Інтернет є основою сучасного інформаційного суспільства. Станом на жовтень 2023 року у світі налічувалося 5,3 млрд. користувачів Інтернету, що становило 65,7 відсотка світового населення. З них 4,95 млрд., або 61,4 відсотка населення світу, були користувачами соціальних мереж [1];

– Зростання швидкості поширення інформації. Сприятлива ініціатива урядів країн щодо просування мережі 5G також виступає додатковим рушійним фактором, який сприятиме тренду проведення онлайн-опитувань, оскільки це дозволить компаніям швидко отримати інформацію про клієнтів і розширити охоплення населення;

– Процвітаюча індустрія електронної комерції. Як очікується, ринок e-commerce зросте до 6,3 трлн. доларів в 2024 році [2]. Сегмент роздрібної торгівлі в обов'язковому порядку використовує дані про споживачів з метою вивчення смаків і переваг споживачів щодо товарів та послуг;

– Розвиток ринку програмного забезпечення для онлайн-опитувань. Очікується, що глобальний ринок програмного забезпечення для онлайн-опитувань зросте з 8,077 млрд. доларів США у 2021 році до 32,6 млрд. доларів США до 2028 року [3].

Зважаючи на зростаюче залучення людства до глобальної мережі, застосування інструментів онлайн опитування в маркетингових дослідженнях буде поширюватись. Перевагами онлайн-опитувань порівняно до традиційних методів опитування є:

1. Зручність: онлайн-опитування можна заповнювати, коли респонденту зручно, замість того, щоб вони були доступні в певний час або в певному місці. Це може спростити охоплення ширшого кола людей і збільшити рівень відповіді.

2. Швидкість: онлайн-опитування можна заповнювати та надсилати швидко, що може скоротити час, необхідний для збору та аналізу даних.

3. Вартість: онлайн-опитування можуть бути менш дорогими для проведення, ніж традиційні опитування, оскільки вони не вимагають друку та розповсюдження фізичних опитувань або найму інтерв'юерів.

4. Точність: онлайн-опитування можуть бути розроблені таким чином, щоб забезпечити точне записування відповідей, і можуть включати шаблони пропуску, перевірки підтвердження та інші функції, щоб гарантувати послідовний збір даних.

5. Універсальність: онлайн-опитування можна використовувати для збору широкого діапазону даних, включаючи текстові, числові та мультимедійні відповіді. Їх також можна легко адаптувати або налаштувати для задоволення потреб різних дослідницьких проектів.

Нами були розглянуті найпопулярніші інструменти онлайн-опитувань: Google Forms, SurveyMonkey, SoGoSurvey, SurveyNuts, Delighted by Qualtrics, SurveyPlanet, Alchemer, Zoho Survey, Survs, Typeform. Кожен з них має свої переваги та обмеження.

Ключовими характеристиками, на які слід звертати увагу під час вибору інструмент онлайн-опитування для маркетингового дослідження, вважаємо:

- Різноманітність запитань (можливість включення в опитувальник запитань з множинним вибором відповіді, відкритими відповідями, матрицями та запитаннями за рейтинговою шкалою);
- Налаштування теми опитування для персоналізації, (кольори, шрифти та логотипи, які відповідають ідентичності бренду);
- Канали розповсюдження (можливість ділитися опитуваннями електронною поштою, у соціальних мережах, на веб-сайтах);
- Збір відповідей (збирання відгуків в реальному часі та перевірка відповідей);
- Аналіз даних (функції звітування та аналітики для ефективною інтерпретації даних опитування);
- Інтеграція (можливість інтеграції програмне забезпечення для онлайн-опитування з системою CRM або інструментами аналізу даних);
- Зручність для мобільних пристроїв;
- Безпека (можливості шифрування даних і відповідність нормам захисту даних);
- Підтримка клієнтів.

В цілому, онлайн-опитування можуть бути корисним і ефективним способом збору даних для маркетингових досліджень, особливо в поєднанні з іншими методами дослідження, для отримати більш повної картини ставлення та поведінки споживачів. Онлайн-опитування забезпечують рентабельний і ефективний спосіб збору цих даних, що дозволяє компаніям отримати цінну інформацію від цільової аудиторії.

### **Література:**

1. Petrosyan A. Worldwide digital population 2023. URL : <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
2. Exploring the Dynamic World of E-Commerce. URL : <https://www.linkedin.com/pulse/exploring-dynamic-world-e-commerce-petonic-infotech>
3. Global Online Survey Software Market. URL : <https://www.knowledge-sourcing.com/report/global-online-survey-software-market>