

УДК 658.8:339.372 (004)

Зеркаль А.В.

д-р економ. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

**ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ:  
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

Технологічні досягнення в цифровому середовищі не тільки змінили способи взаємодії людей один з одним за допомогою месенджерів (Telegram,

Viber, WhatsApp тощо), соціальних мереж (Facebook, Instagram, TikTok), але також значно вплинули на практику маркетингу сучасних підприємств. Завдяки поширенню платформ соціальних медіа, різних нових засобів комунікації та стратегічного маркетингу у віртуальному середовищі, цифровий маркетинг став одним із найефективніших інструментів для бізнесу, щоб підвищити пізнаваність, поінформованість про бренд і, згодом, стимулювати зростання доходів. Таким чином, менші та молоді підприємства, такі як стартапи, які, як правило, мають обмежені ресурси фінансового та людського капіталу, використовують ці нові можливості, щоб розвиватися швидше, ефективніше і навіть конкурувати з більш добре закріпленими та відомими на ринку підприємствами в усіх галузях економіки та виробництва.

Однак невизначеність у прийнятті рішень щодо стратегічної цифрової комунікації, обмежені ресурси в часі та фінансовому капіталі, на додаток до обмеженого людського капіталу, який працює над комунікаціями та маркетингом у контексті запуску, є причиною слабо зв'язаної стратегії цифрового маркетингу та недостатнього акценту на комунікаціях та маркетингових зусиллях на малих підприємствах.

Електронну комерцію можна описати як купівлю та продаж товарів або послуг за допомогою електронних засобів. Таких як Інтернет, мобільні телефони, соціальні мережі, банкомати тощо. Цифровий маркетинг - це продаж продуктів і послуг через цифрову платформу. Для ефективної електронної торгівлі керівникам підприємств та маркетологам варто активно застосовувати методи та стратегії, які використовуються для продажу та просування продуктів і послуг на різних цифрових платформах. Цифровий маркетинг допомагає зацікавити клієнтів, оскільки все більше людей залучаються до цифрового світу. Інтернет є основною сферою цифрового маркетингу, оскільки це всеосяжний канал комунікації, доступний для всіх видів бізнесу.

На сучасному ринку цифровий маркетинг є важливим сегментом електронної комерції. Оскільки електронна комерція не існувала б без Інтернет-маркетингу. Кожен, хто бере участь в електронній комерції, повинен використовувати свої стратегії, які безперервно ґрунтуються на намірі залучити якомога більше клієнтів, що робить його однією з найважливіших рис успіху в Інтернеті. Таким чином, електронна комерція та цифровий маркетинг завжди будуть йти пліч-о-пліч, оскільки маркетинг необхідний для збільшення продажів. Підприємство не може просто створити веб-сайт і очікувати, що люди будуть ним користуватися. Скоріше, клієнти повинні мати прямий шлях для пошуку підприємства, тобто посилання та рекламу в соціальних мережах та пошукових системах Інтернет. Існують, мабуть, тисячі підприємств та компаній, що пропонують однакові продукти

чи послуги. Компанії повинні мати можливість створити особливий бренд, який люди впізнають. Це робиться за допомогою цифрового маркетингу, і це робить маркетинг найважливішим аспектом електронної комерції. Незалежно від того, що ви продаєте, просто потрібно правильно продавати це.

Сьогодні світ стає все більш цифровим і розвивається значно швидшими темпами. На даний момент загальним є автоматичний доступ до цифрових пристроїв та Інтернету через доступні цифрові можливості, які повністю змінили спосіб, у якому суспільство спілкується та взаємодіє.

Цифровий маркетинг суттєво змінив спосіб використання брендів і компаній на основі сучасних технологій та цифрового маркетингу, щоб підвищити цінність своїх маркетингових зусиль. Важливе значення для маркетингу бренду через широкий спектр доступних технологічних пристроїв перетворилося на виклик для брендів, але, тим не менш, дає змогу використовувати додаткові засоби для охоплення та впливу на клієнтів та підвищення рівня їх прихильності до бренду.

Заходи цифрового маркетингу набувають максимального поширення, оскільки цифрові платформи все більше і більше об'єднуються в маркетингові плани. Цифрові платформи дозволяють брендам добре розповідати історії та надають клієнтам простір для обміну досвідом щодо брендів і продуктів. Завдяки зростанню пристроїв для доступу до цифрових медіа це вказало шлях до прогресивного розвитку цифрової реклами. Цифровий маркетинг має динамічно змінюватися та адаптуватися під потреби клієнтів та кон'юнктуру ринку, що спричинено постійно мінливим і швидким цифровим середовищем.