

**Svitlana Suvorova, PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Economics
and Social Sciences
Penitentiary Academy of Ukraine
Chernihiv, Ukraine**

**Svitlana Nazarko, PhD in Economics,
Associate Professor, Learned Secretary
Penitentiary Academy of Ukraine
Chernihiv, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-417-7-31>

APPLICATION OF DIGITAL MARKETING TOOLS IN DOMESTIC BUSINESS DEVELOPMENT

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

Цифровий маркетинг зазвичай стосується можливостей і стратегій, які реалізуються в онлайн-просторі. З огляду на такі засади бажано зосередитися на маркетингу веб-сайту або онлайн-сервісу суб'єкта бізнесу. Епоха Інтернету, що постійно розширюється, означає, що цифровий маркетинг тепер охоплює багато частин традиційного маркетингу, включаючи маркетинг у пошукових системах, рекламу з оплатою за клік, маркетинг у соціальних мережах, онлайн-контент тощо.

Цифровий маркетинг призначений не лише для транснаціональних компаній, які мають достатні ресурси для цього. Цей вид маркетингу ефективно вирівнює умови гри та дає малим і середнім суб'єктам бізнесу можливість конкурувати з більшими конкурентами та захопити більшу частку цільового ринку. Завдяки цифровому маркетингу малі суб'єкти бізнесу отримують ресурси для реалізації процесів продажів і маркетингу, які раніше були доступні лише для великих суб'єктів бізнесу. Виділяють ключові інструменти цифрового маркетингу, які активно використовуються суб'єктами вітчизняного бізнесу для підвищення конкурентоспроможності діяльності на цільових ринках (рис. 1).

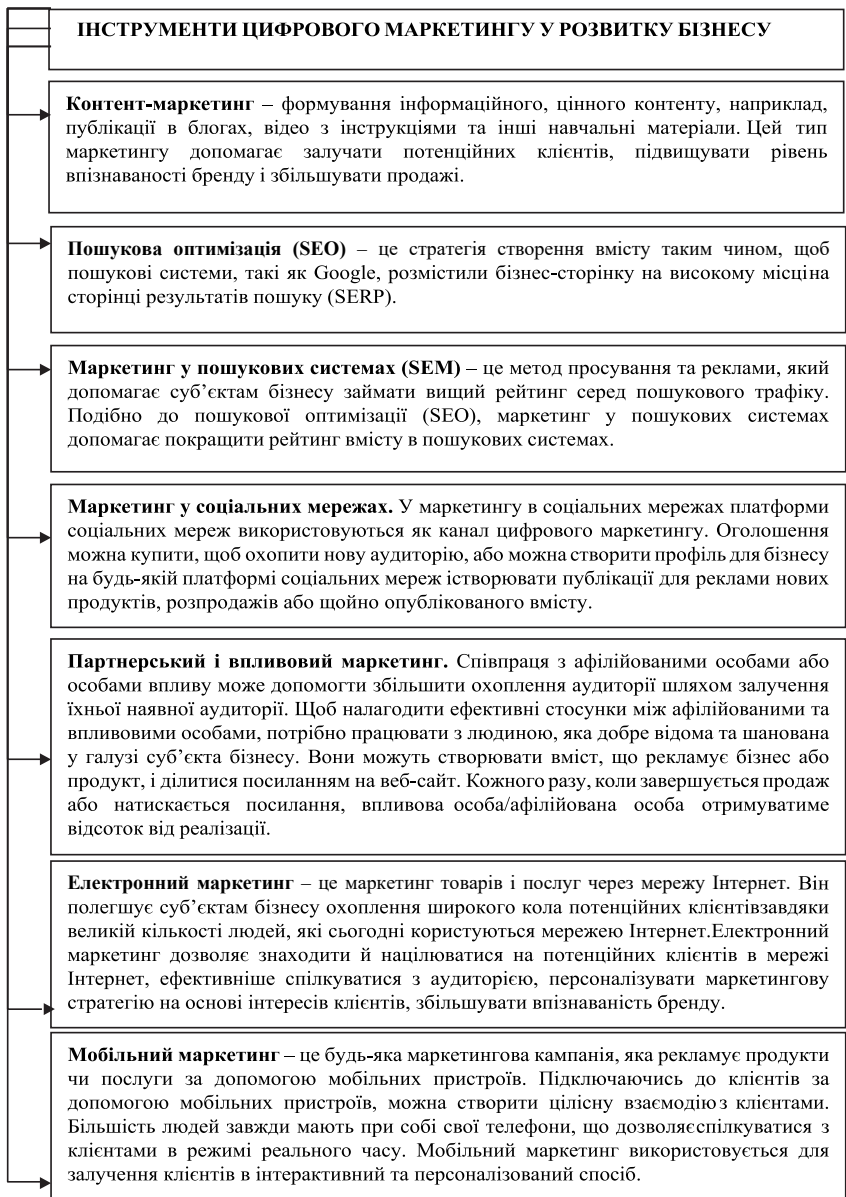


Рис. 1. Інструменти цифрового маркетингу, які застосовують у розвитку вітчизняного бізнесу

Джерело: згруповано на основі [7]

У рамках господарської діяльності суб'єктів бізнесу у сучасному ринковому середовищі основним завданням цифрового маркетингу є визначення конкурентоспроможності продукції та формування заходів щодо її ефективної реалізації, застосовуючи при цьому комплексні маркетингові стратегії, цінову, комунікаційну та збутову політики. Розвиток інтернет-мереж дає можливість дистанційно залучати до виробничого процесу кваліфікованих співробітників та контролювати процес діяльності суб'єктів бізнесу з можливістю втручання, при необхідності, за допомогою різних цифрових технологій.

Таким чином, доцільно зауважити, що одними із ключових інструментів цифрового маркетингу є SEO (оптимізація сайту для пошукових систем), пошуковий маркетинг, маркетинг орієнтації на клієнта, контекстна реклама, соціальний медіа-маркетинг, вірусний маркетинг, маркетинг створення іміджу суб'єктів бізнесу в мережі Інтернет, маркетинг відео систем, партнерський маркетинг тощо.

Поряд з тим, потрібно відзначити особливу роль крауд-маркетингу, який дуже важливо використовувати суб'єктами малого бізнесу із вузькою спеціалізацією [8]. Інструменти цифрового маркетингу дозволяють суб'єктам бізнесу вирішувати різноманітні маркетингові завдання. Звичайно, це стосується в першу чергу тих суб'єктів бізнесу, які тісно співпрацюють із клієнтами у мережі Інтернет, у таких напрямках як інтернет-торгівля, інтернет-реклама тощо. У той же час інструментарій цифрового маркетингу, незважаючи на свою функціональність, не є універсальним і його ефективність залежить від активності цільового сегмента клієнтів. Важливим аспектом використання інструментів цифрового маркетингу для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу є оцінка їх ефективності.

Література:

1. Ковальчук С.В., Ковінько О.М., Лісовський І.В. Роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств. *Маркетинг і цифрові технології*. 2018. № 2 (1). С. 55–73.
2. Вдовічена О.Г., Дюгованець О.М., Чернова І.В. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 2. С. 81–87.
3. Рубан В.В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Випуск 2 (2). 08. С. 20–25.

4. Витвицька О.М., Суворова С.Г., Корюгін А.В. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємства в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1518/1460>
5. Білик В.В., Сергієнко О.А., Крупенна І.А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2020. Випуск 825. С. 33–40.
6. Братко О.С., Саламон І.Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10289>
7. Top 9 Advantages of Digital Marketing: Global, Local and More. URL: <https://www.simplilearn.com/digital-marketing-benefits-article>
8. Гуменна О.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2016. Том 185. С. 48–53.