

УДК 65.01

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-29>**Суворова С.Г.**

кандидат економічних наук, доцент,  
завідувачка кафедри «Управління персоналом, економіки праці  
та публічного управління»,  
Північноукраїнський інститут імені Героїв Крут  
Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад  
Міжрегіональна Академія управління персоналом»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7089-2524>

**Карпенко Ю.М.**

кандидат економічних наук, доцент,  
начальник відділу діджитал-маркетингу,  
ПП «ВКФ «Платіnum»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3117-2174>

**Suvorova Svitlana**

The North-Ukrainian Institute named after Kruty Heroes  
of Private Joint-Stock Company "Higher Education Institution  
Interregional Academy of Personnel Management"

**Karpenko Yuri**

Private enterprise production-commercial firm "Platinum"

## ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

*Метою статті є висвітлення особливостей впливу цифрового маркетингу на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу з позиції практичного аспекту. Визначено, що цифровий маркетинг у контексті підвищення конкурентоспроможності бізнесу становить собою новий етап у розвитку маркетингової діяльності через глобальну цифрову трансформацію і зміни в бізнес-середовищі. Визначено, що цифровий маркетинг створює суттєвий вплив на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу. Виявлено, що основним критерієм підвищення конкурентоспроможності суб'єктів вітчизняного бізнесу, які використовують інструменти цифрового маркетингу, є вдосконалення системи менеджменту та налагодження зворотного зв'язку між ними та клієнтами. Визначено, що ефективними інструментами цифрового маркетингу, які використовуються для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу є контент-маркетинг, пошукова оптимізація, маркетинг у пошукових системах, маркетинг у соціальних мережах, партнерський та впливовий маркетинг, електронний та мобільний маркетинг та інші інструменти цифрового маркетингу.*

**Ключові слова:** цифровий маркетинг, бізнес, діяльність, конкурентоспроможність, маркетингові інструменти.

## THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON INCREASE IN THE COMPETITIVENESS OF DOMESTIC BUSINESS

*The purpose of the article is to highlight the specifics of the impact of digital marketing on increasing the competitiveness of domestic business from a practical perspective. It was determined that digital marketing in the context of increasing business competitiveness is a new stage in the development of marketing activities due to global digital transformation and changes in the business environment. It has been established that digital marketing tools allow business entities to solve a variety of marketing tasks. It was found that an important aspect of using digital marketing tools to increase the competitiveness of domestic business is the assessment of their effectiveness. It was determined that digital marketing creates a significant impact on increasing the competitiveness of domestic business. It was revealed that the main criterion for increasing the competitiveness of domestic business entities that use digital marketing tools is the improvement of management and the establishment of a feedback system between them and customers. Business entities usually need to choose digital marketing tools that can improve the efficiency of their business processes in interaction with partners and customers. Research has proven that content marketing, search engine optimization, search engine marketing, social media marketing, affiliate and influencer marketing, electronic and mobile marketing, and other digital marketing tools are effective digital marketing tools used to increase the competitiveness of domestic businesses. Digital marketing allows for the integration of multiple technologies (social, mobile, web systems, CRM systems, etc.) with sales and customer service, ensuring constant and high-quality communication between advertisers and end consumers. It penetrates traditional forms of communication to attract audiences and engage them in the virtual world based on the analysis of data about users and their behavior. In the perspective of further research, it is advisable to highlight the influence of digital marketing tools on the effectiveness of domestic business entities.*

**Keywords:** digital marketing, business, activity, competitiveness, marketing tools.

**JEL classification:** M30

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах суб'єкти бізнесу приділяють велику увагу використанню інструментів цифрового маркетингу, оскільки вони надають можливість спілкуватися зі значною кількістю потенційних клієнтів за допомогою цифрових технологій. Сучасне бізнес-середовище характеризується стрімким поширенням та активним використанням цифрових технологій у бізнесі та маркетингу, зокрема у напрямку просування бренду. З огляду на те, цифровий маркетинг – це актуальний напрям у маркетинговій діяльності, який надає можливості для довгострокового розвитку, покращення впізнаваності бренду та позитивного іміджу, підвищення лояльності клієнтів і, як наслідок, підвищення ефективності діяльності суб'єктів бізнесу.

Тому цифровий маркетинг виступає невід'ємною частиною сучасного комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій, що охоплюють усі можливі форми цифрових каналів підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу. Цифровий маркетинг сьогодні є впливовою сферою, і жодна тенденція не вплине на світ бізнесу так швидко та потужно, як цифрові технології, що зі свого боку зумовлює актуальність тематики цієї статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі аспекти розвитку впливу цифрового маркетингу на діяльність суб'єктів бізнесу вивчають багато науковців. Так, С. Ковальчук, О. Ковінько та І. Лісовський розглядають особливості та висвітлюють роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств [1]; О. Вдовічена, О. Дюгованець та І. Чернова розглядають цифровий маркетинг як важливий інструмент ефективності та конкурентоспроможності бізнесу та зауважують, що цифровий маркетинг базується на наборі цифрових інструментів, каналів, за допомогою яких маркетингологи можуть швидко збирати інформацію про споживачів, їхні вподобання та запити, а також повідомляти покупцям інформацію про продукти/послуги, які можуть їх зацікавити. Саме двосторонній характер, цілеспрямованість і ефективність цих відносин є запорукою підвищення ефективності та конкурентоспроможності суб'єктів бізнесу [2]; В. Рубан зауважує, що цифровий маркетинг – це сучасний засіб комунікації між суб'єктами бізнесу та ринками, що використовує цифрові канали просування такого бізнесу для ефективної взаємодії з потенційними або реальними споживачами у віртуальному та реальному середовищах [3]; О. Витвицька, С. Суворова та А. Корюгін зауважують, що цифровий маркетинг охоплює всі типи взаємодії між компанією та її клієнтами, які здійснюються через мережу Інтернет. Цифрові технології, на думку вчених, пропонують багато переваг під час відкриття бізнесу [4]; В. Білик, О. Сергієнко та І. Крупенна відзначають, що цифровий маркетинг поєднує в собі багато технологій, інструментів, методів і засобів, пов'язаних із продажами та обслуговуванням клієнтів, забезпечує безперервну та якісну комунікацію між рекламодавцями та покупцями, аналізує дані про користувачів та їхню поведінку, сприяє персоналізації аудиторії, обслуговуванню та посиленню впливу маркетингових інструментів на цільову аудиторію. Найефективнішим засобом оптимізації маркетингової політики суб'єктів бізнесу є поєднання всіх видів комунікації з акцентом на цифровий контент. Це дозво-

ляє суб'єктам бізнесу охоплювати найбільшу аудиторію та максимізувати прибуток [5].

Акцентуючи увагу на дослідженнях науковців, доцільно відзначити, що питання впливу цифрового маркетингу на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу є до кінця не розкритими та потребують проведення більш ґрунтовних напрацювань у цьому напрямку.

**Метою статті** є висвітлення особливостей впливу цифрового маркетингу на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу з позиції практичного аспекту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** 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.

Цифровий маркетинг вирішує такі завдання, як підтримка іміджу бренду, допомога новим брендам або продуктам у виході на ринок, підвищення впізнаваності бренду та стимулювання продажів товарів чи послуг. Цифровий маркетинг – це частина електронної комерції, яка включає онлайн-інтеграцію, управління інформацією, PR, обслуговування клієнтів і продажі [6].

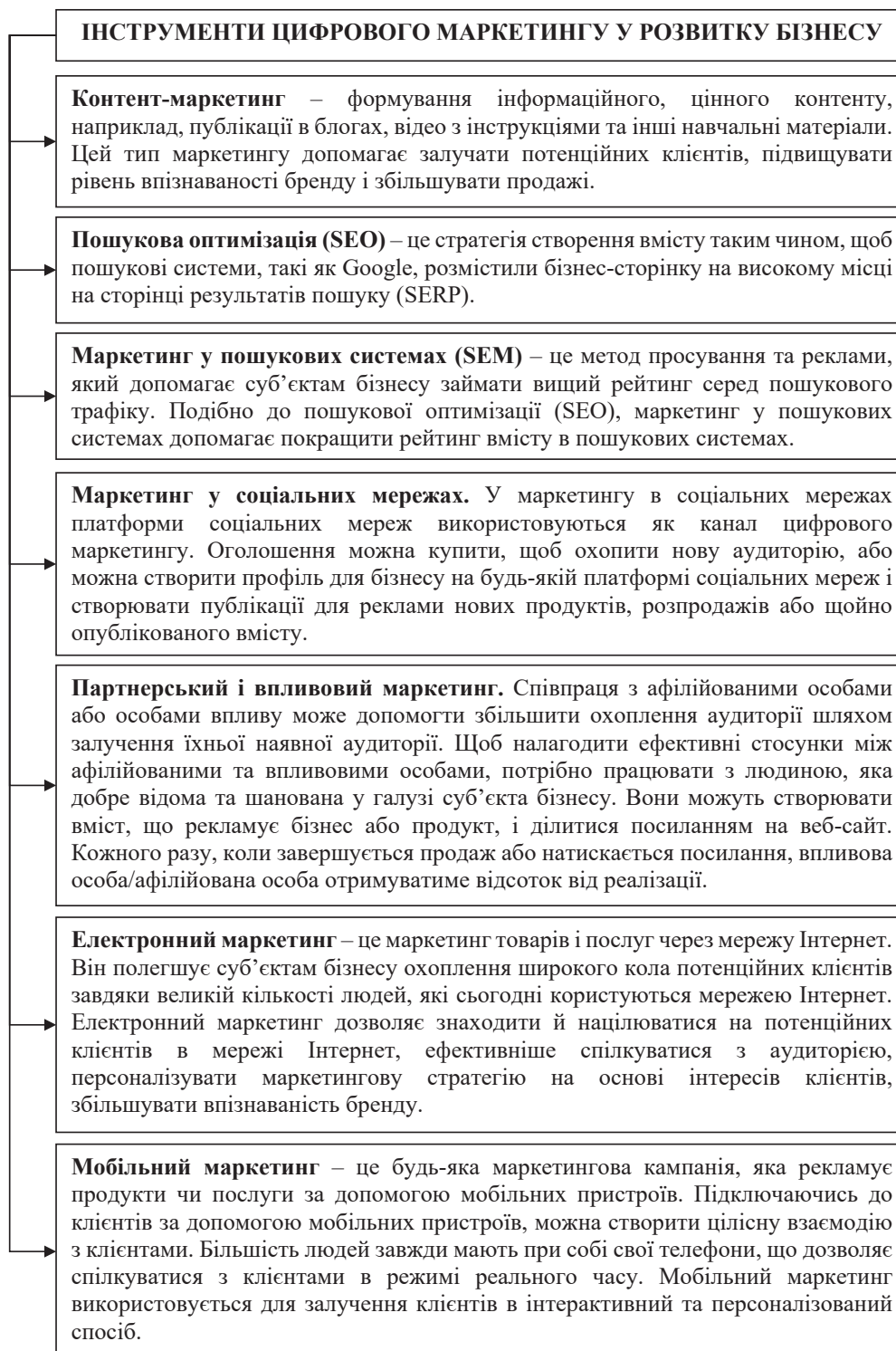
Цифровий маркетинг у контексті підвищення конкурентоспроможності бізнесу становить собою новий етап у розвитку маркетингової діяльності через глобальну цифрову трансформацію і зміни в бізнес-середовищі. Його суть полягає в організації взаємодії споживачів і суб'єктів бізнесу через різні цифрові канали. Ефективність бізнесу в цих умовах безпосередньо залежить від вибору оптимальної форми діяльності з низки альтернатив, зокрема онлайн чи офлайн платформ для комерції. Однак конкурентоспроможність бізнесу є змінним явищем і може змінюватися залежно від потреб, інтересів, можливостей або оновлення смаків споживачів і динаміки конкурентного зростання інших учасників ринку.

Так, конкурентоспроможність є однією з центральних категорій сучасної економічної науки, традиційно пов'язаною з успішним функціонуванням суб'єкта конкурентних відносин, ефективністю та стабільністю розвитку ринкових механізмів у цілому. Вивчаючи вплив цифрового маркетингу на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу, особливу увагу слід звернути на одну з основних особливостей дослідницького підходу – залежність результатів діяльності від результатів цифрового маркетингу.

Акцентуючи увагу на такому аспекті, доцільно виділити ключові інструменти цифрового маркетингу, які активно використовуються суб'єктами вітчизняного бізнесу для підвищення конкурентоспроможності діяльності на цільових ринках (рис. 1).

У рамках господарської діяльності суб'єктів бізнесу у сучасному ринковому середовищі основним завданням цифрового маркетингу є визначення конкурентоспро-

можності 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.



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

Джерело: згруповано на основі [7]

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.

Зараз цифрові технології є ключовим фактором успіху та прогресу в усіх сферах бізнесу та дають більшості суб'єктів бізнесу значні конкурентні переваги. Цифровий маркетинг становить собою комплексний підхід до просування бізнесу та продуктів у цифровому середовищі, який також охоплює офлайн-споживачів. Цифровий маркетинг дозволяє інтегрувати численні технології (соціальні, мобільні, веб-системи, CRM-системи тощо) із продажами та обслуговуванням клієнтів, забезпечуючи постійну та якісну комунікацію

між рекламодавцями та кінцевими споживачами. Він проникає в традиційні форми спілкування, щоб залучити аудиторію та залучити її у віртуальний світ на основі аналізу даних про користувачів та їх поведінку. Цифровий маркетинг передбачає персоналізацію, яка посилює вплив маркетингових інструментів на цільову аудиторію, стимулює новий рівень спілкування, а завдяки візуальному контакту користувач відчуває реальність пропонованої суб'єктом бізнесу продукції (товарів, робіт, послуг) і прискорює їх покупку.

**Висновки.** Таким чином, за результатами проведених досліджень, визначено, що цифровий маркетинг створює суттєвий вплив на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу. Виявлено, що основним критерієм підвищення конкурентоспроможності суб'єктів вітчизняного бізнесу, які використовують інструменти цифрового маркетингу, є вдосконалення менеджменту та налагодження системи зворотного зв'язку між ними та клієнтами. Суб'єктам бізнесу зазвичай потрібно вибирати інструменти цифрового маркетингу, які можуть підвищити ефективність їхніх бізнес-процесів у взаємодії з партнерами та клієнтами. Дослідження довели, що ефективними інструментами цифрового маркетингу, які використовуються для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу є контент-маркетинг, пошукова оптимізація, маркетинг у пошукових системах, маркетинг у соціальних мережах, партнерський та впливовий маркетинг, електронний та мобільний маркетинг та інші інструменти цифрового маркетингу.

У перспективі подальших досліджень доцільно висвітлити вплив інструментів цифрового маркетингу на ефективність діяльності суб'єктів вітчизняного бізнесу.

#### Список використаних джерел:

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.nayka.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.

#### References:

1. Kovalchuk S.V., Kovinjo O.M., Lisovskiy I.V. (2018) Rolj cyfrovogho marketynghu v aktyvizaciji mizhnarodnoji biznes-dijalnosti pidpryjemstv [The role of digital marketing in the activation of international business activities of enterprises]. *Marketyngh i cyfrovij tekhnologhiji*, no. 2 (1), pp. 55–73.
2. Vdovichen O.Gh., Djughovanecj O.M., Chernova I.V. (2022) Digital-marketyngh jak instrument efektyvnosti ta konkurentospromozhnosti suchasnogho biznesu: osoblyvosti ta perspektyvy vprovadzhennja v Ukrajinі [Digital marketing as a tool of efficiency and competitiveness of modern business: features and prospects of implementation in Ukraine]. *Investyciji: praktyka ta dosvid*, no. 2, pp. 81–87.
3. Ruban V.V. (2017) Cyfrovij marketyngh: rolj ta osoblyvosti vykorystannja [Digital marketing: role and features of use]. *Ekonomichnyj visnyk Zaporizkoji derzhavnoji inzhenernoji akademiji*, vol. 2(2), 08, pp. 20–25.
4. Vytvyckja O.M., Suvorova S.Gh., Korjughin A.V. (2022) Vplyv cyfrovogho marketynghu na rozvytok pidpryjemstva v umovakh vijny [The influence of digital marketing on the development of the enterprise in the conditions of war]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 40. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1518/1460>

5. Bilyk V.V., Serghijenko O.A., Krupenna I.A. (2020) Instrumenty cyfrovogho marketynghu v umovakh transformaciji komunikacij suchasnoji orghanizaciji [Tools of digital marketing in the conditions of transformation of communications of a modern organization]. *Naukovyj visnyk Chernivets'kogo universytetu*, vol. 825, pp. 33–40.

6. Bratko O.S., Salamon I.R. Vykorystannja cyfrovych tekhnologhij dlja prosuvannja produkciji na mizhnarodnykh rynkakh [Use of digital technologies to promote products on international markets]. *Efektivna ekonomika*, no. 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10289>

7. Top 9 Advantages of Digital Marketing: Global, Local and More. Available at: <https://www.simplilearn.com/digital-marketing-benefits-article>

8. Ghumenna O.V. (2016) Suchasni instrumenty cyfrovogho marketynghu v systemi integhrovanykh marketynghovykh komunikacij [Modern tools of digital marketing in the system of integrated marketing communications]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky*, tom 185, pp. 48–53.