

УДК: 330.322.012

Т.Ерстенюк, аспірант кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, Україна

Науковий керівник Н. Мариненко, докт.екон.наук, проф.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

T. Ersteniuk, post-graduate student of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

Supervisor: N. Marynenko, Doctor of Economics, professor

APPLIED ASPECTS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

Цифрова економіка - це область, що стає все більш важливою у світі, де технології визначають темпи розвитку суспільства та бізнесу. Вона охоплює використання інформаційних технологій для оптимізації бізнес-процесів, створення нових цифрових продуктів та послуг, а також змінює способи взаємодії між людьми та компаніями.

Серед прикладних аспектів цифрової економіки виділяють: електронну комерцію (розвиток онлайн-торгівлі в Інтернеті), цифровий маркетинг (розвиток стратегій маркетингу в Інтернеті), цифрові платформи (роль соціальних мереж, форумів та інших цифрових платформ у створенні спільнот та сприянні обміну інформацією та послугами).

Розвиток електронної комерції (e-commerce) і цифрового маркетингу є ключовими аспектами сучасного бізнесу. Електронна комерція відкриває можливості для продажу товарів та послуг через Інтернет, а цифровий маркетинг дозволяє підприємствам ефективно досягати своєї цільової аудиторії, використовуючи онлайн-інструменти для просування та реклами [2].

Щоб відзначити розвиток електронної комерції, можна звернутися до прикладів популярних онлайн-магазинів. Amazon - величезний магазин з різноманітним асортиментом товарів, що став прикладом успішної e-commerce платформи. Alibaba - китайська компанія, яка також стала однією з найбільших торгових платформ у світі, зокрема в глобальній торгівлі оптовою продукцією.

Щодо стратегій цифрового маркетингу, соціальні медіа платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter, дозволяють підприємствам налагоджувати взаємодію з аудиторією через рекламу та контент-маркетинг. Наприклад, рекламні кампанії на Facebook можуть бути точно налаштовані під конкретні інтереси та демографічні характеристики користувачів.

Перспективність та швидкий розвиток Інтернет-торгівлі обумовлені тим, що за малий обсяг витрат на створення та функціонування бізнесів з'являється можливість досягнення великої аудиторії потенційних покупців. Це покращує доступність інформації для споживачів, а також дозволяє автоматизувати значну частину процесів. Проте існує ряд чинників, які негативно впливають на розвиток Інтернет-торгівлі. Основні серед них – обмежена спроможність населення до покупок, недостатнє використання цифрових технологій у забезпеченні безпеки та недостатній рівень страхування ризиків під час онлайн-покупок в Україні. Також до цих чинників відносяться зростання кіберзлочинності, високі витрати на проведення операцій через Інтернет, недовіра до якості товарів. Основними бар'єрами для споживачів під час покупок в Інтернеті є сумніви у якості товару, очікування труднощів при покупці та поверненні товару, довгий час доставки, страх перед шахрайством, проблеми з вибором надійного Інтернет-магазину та відсутність можливості відчувати фактуру придбаного товару [1].

Цифровий маркетинг у воєнний період стає критично важливим елементом для ведення бізнесу. При цьому він набуває нового контексту та вимагає адаптації до зміни умов та потреб споживачів. Умови воєнного конфлікту часто призводять до різких змін у споживчому поведінці та пріоритетах покупців. Цифрові маркетингові стратегії можуть

включати перенесення акценту з продажів на підтримку клієнтів, адаптацію контенту та реклами до нових реалій, активну комунікацію через соціальні мережі для збереження та розширення аудиторії. Використання аналітики та персоналізація в рекламних кампаніях стають ще більш критичними для ефективного досягнення цілей у воєнний час. Такий підхід дозволяє підприємствам утримувати зв'язок з клієнтами, підтримувати рівень продажів та забезпечувати стабільність у періоди нестабільності.

Основна мета цифрового маркетингу в умовах війни – просування товарів на ринку та розвиток партнерських взаємовідносин у тих нішах, які стали порожніми через ринкові зміни. Незважаючи на воєнні дії, в Україні спостерігається стрімке збільшення інтернет-користувачів. На початку 2021 року їх кількість зросла до 29 млн українців. Необхідно відзначити зростання частки користувачів віком від 12 до 65 років, які проживають у містах з кількістю населення від 50 тис чоловік. З початком війни в Україні цей показник зростає, адже задля своєї безпеки люди змушені робити онлайн-покупки. Часто інтернет покупки в умовах війни є єдиною можливістю отримати товар або послугу.

Цифрова економіка представляє собою перспективну та невід'ємну частину сучасного світу, де технології визначають та впливають на розвиток суспільства та бізнесу. Вона проникає у всі сфери нашого життя, сприяючи оптимізації бізнес-процесів, створенню нових цифрових продуктів та послуг, а також змінює способи взаємодії між людьми та компаніями.

Прикладні аспекти цифрової економіки, такі як електронна комерція, цифровий маркетинг та цифрові платформи, стають ключовими інструментами у сучасному бізнес-середовищі. Розвиток онлайн-торгівлі в Інтернеті, вдосконалення стратегій маркетингу для ефективної комунікації з аудиторією та використання цифрових платформ для спільнот та обміну інформацією є невід'ємними частинами розвитку сучасного бізнесу.

Зростання цифрової економіки відображає надзвичайну важливість адаптації бізнесу до нових технологічних можливостей та підтримки інноваційних підходів. Вона сприяє виникненню нових можливостей для підприємств та споживачів, сприяючи розвитку та зміні стандартів у сфері бізнесу та економіки.

Література

- 1.Куклінова Т.В. Сучасні тенденції та фактори Інтернет-торгівлі в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. 1 (65). 95-102.
- 2.Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. *Економіка і суспільство*. 2018. № 17. С. 296–299. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-43>.