

етапу можна приступати до грамотного інформування про свою продукцію, спілкуванню з клієнтами тощо.

3. Контекстна реклама. Це вид реклами, при якому товар просувається через демонстрацію рекламних оголошень на сайтах, які відвідують потенційні покупці.

4. Таргетована реклама. Її принцип роботи полягає в тому, що інтернет-користувачі сегментуються за різними ознаками (стать, вік, місце проживання, інтереси тощо). Після виконання сегментації реклама демонструється тільки обраній цільовій аудиторії.

5. Email-маркетинг. Алгоритм його роботи такий: спочатку збирається база електронних адрес постійних або потенційних клієнтів. Після цього відбувається розсилання листів, які інформують про товар, знижку або послугу.

6. Мобільні додатки. Це інструмент просування через рекламу в мобільних додатках. Найважливіший етап цього інструменту – зрозуміти якими додатками користується цільова аудиторія (узагальнено автором з використанням джерел [1-4]).

Існує ще багато різних інструментів маркетингу. І всі вони активно використовуються сьогодні.

Маркетинг став невід'ємною частиною нашого життя. Він проник практично в усі сфери діяльності людини. Це істотно спрощує, в якомусь сенсі, вибір покупцеві. Але також важливо пам'ятати про те, що інструменти маркетингу треба використовувати неагресивно, тому що можна навпаки знизити інтерес постійних і потенційних клієнтів до свого товару.

Список використаних джерел:

1. А вы используете все инструменты маркетинга? URL: <http://https://reklamaplanet.ru/marketing/instrumenty>
2. Заруба В. Я., Парфентенко І. А. Маркетинг роздрібної торгівлі: навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 106 с.
3. Инструменты маркетинга: от классики до новейших способов. URL: [http:// https://sales-generator.ru/blog/instrumenty-marketinga/](http://https://sales-generator.ru/blog/instrumenty-marketinga/)
4. Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. Менеджмент підприємницької діяльності. Книга 1. Організація бізнесу: навч. посібник. К.: Кондор, 2009. 896 с.

Чорновол М. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах ринку очевидною є необхідність системних перетворень і дій, спрямованих на розвиток цифрової економіки в вітчизняних соціально-економічних системах всіх рівнів. Ідеєю цифрової трансформації охопленої весь світ, вона зараз є однією з найпопулярніших тем для обговорень, але в дійсності це далеко не нове

поняття, дискусія про нього йде вже кілька десятиліть. Тим не менше, цифровізація економіки є сучасною формою прояву більш фундаментальної закономірності її інформатизації.

У нових економічних умовах всі суб'єкти соціально-економічної системи, які прагнуть до сталого функціонування, змушені проходити через процес цифрової трансформації. У зв'язку з цим, розвинені країни світу приділяють пильну увагу гармонійному розвитку системоутворюючих елементів цифрової економіки, інформаційного суспільства та економіки знань [1].

Цифрова трансформація забезпечує максимально повне розкриття потенціалу цифрових технологій через їхнє використання у всіх аспектах бізнесу: процесах, продуктах і сервісах, підходах до прийняття рішень. Важливо підкреслити, що для цифрової трансформації ніколи не буде достатньо лише наявності технології як такої. Для того, щоб процес цифрової трансформації був повноцінним, необхідні чітко сформульовані бізнес-завдання і дані. Таким чином, цифрову трансформацію можливо розглядати тільки на перетині всіх трьох вимірів (сформульованої бізнес-завдання, наявності даних і власне технологій).

Підприємства та організації, як сфери послуг, так і інших секторів економіки, швидко замінюють традиційні процеси взаємодії, використовуючи найсучасніші технології. Дуже часто трансформація відбувається не через те, що організації приймають таке рішення, а тому, що це стає нагальною потребою для забезпечення виживання на ринку. Сьогодні зріс попит на ефективні цифрові технології для бізнесу, і організації, які не змогли адаптуватись до нової моделі цифрового споживача, напевне, припинять своє існування. Якщо ж організація, готова до цифрових змін та трансформацій, є достатньо гнучкою та здатною до трансформації моделей своєї діяльності, то можемо стверджувати, що вона має великий потенціал успіху, адже використання нових технологій, обробка значних масивів даних дозволяють приймати більш точні та швидкі рішення [2].

Проведення цифрових перетворень – це необхідна умова досягнення підприємством високого рівня економічного розвитку, а також цей процес є платформою для поліпшення становища бізнесу в сучасному конкурентному середовищі. Цифрові технології дозволяють підвищити рівень економічної безпеки і, як наслідок, ефективність і конкурентоспроможність окремих підприємств, економіки в цілому і рівня життя населення.

Цифрова економіка задає не лише нові тренди соціально-економічного розвитку, а й одночасно тягне за собою ряд загроз. Найбільш типові загрози економічній безпеці наступні:

- спад виробництва і втрата внутрішнього ринку внаслідок недостатньої конкуренції з підприємствами, які використовують цифрові технології;
- загрози корупційного і кримінального характеру;
- зростання безробіття внаслідок заміни ручної праці більш продуктивними машинами й устаткуванням, що здійснюють свою діяльність на основі наскрізних цифрових технологій;
- недостатнє фінансування НДДКР в області цифрової економіки;

- безповоротне погіршення стану природного середовища;
- міграція висококваліфікованих кадрів внаслідок високої затребуваності фахівців в області цифрових технологій [2].

Важливо підкреслити, що цифрова трансформація соціально-економічної системи будь-якого рівня – це складний і тривалий процес з довгостроковою віддачею від інвестицій. Для неї необхідна стратегія, перегляд бізнес-моделей і процесів, нова інфраструктура, нове програмне забезпечення, оптимізація набору послуг, ефективні механізми впровадження, програми навчання і надійна постійна підтримка. По-друге, цифрова трансформація вимагає сильного і професійного керівництва – тільки воно може бути драйвером серйозних змін. По-третє, потрібно чітко розуміння того, які елементи соціально-економічної системи вимагають перетворення. Організації в усьому світі йдуть на експерименти – і отримують переваги від цифрової трансформації.

Список використаних джерел:

1. Мельничук, Г., Мамалига, В. (2020) Цифровізація економіки: можливості та загрози для ефективного функціонування підприємств. *Приазовський економічний вісник*, вип. 2 (19), 125–130. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/23.pdf
2. Сопільник, Л., Скриньковський, Р., Ковалів, М. та ін. (2020) Розвиток цифрової економіки в контексті забезпечення інформаційної безпеки в Україні. *Траекторія науки*, вип. 6(5), С. 2023-2032.

Шайдець К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**CRM-СИСТЕМА ЯК СПОСІБ ОТРИМАННЯ
СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ**

Наш світ не стоїть на місці, з кожним днем він розвивається, вдосконалюється, впроваджуються нові технології. Незмінним залишається бажання будь-якої компанії або підприємства розширюватися, розвиватися та отримувати більший прибуток в умовах конкуренції. Для здійснення цього бажання підприємство повинно мати велику кількість постійних клієнтів, а також залучати нових. Тому підприємці почали замислюватися над тим, як можна більш ефективно працювати з клієнтською базою, розуміти чого саме хоче клієнт, збільшувати свої продажі, тобто розвивати свій бізнес.

Впровадження CRM-системи допоможе організувати процес комунікації з клієнтами. За допомогою CRM-системи можливо планувати продажі, залучати та утримувати нових клієнтів, тобто можливо спростити збір та аналіз даних як по клієнтам, так і по продажам. Все це можливо зробити в онлайн режимі, що дуже зручно для сучасного світу, у якому так стрімко розвиваються цифрове середовище. Взагалі, Customer relationship management (CRM) або управління відносинами з клієнтами –