

УДК 658:339.138

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЙ**

**Дарина Волинець**

*Державний університет «Київський авіаційний інститут», Київ*

*Науковий керівник – Вікторія Хороших, к.держ. управ., доц.*

Ключові слова: електронний маркетинг, цифрові стратегії, інтернет-реклама, аналітика даних, поведінка споживачів.

У сучасному бізнес-середовищі електронний маркетинг відіграє ключову роль у формуванні конкурентних переваг компаній. Використання цифрових стратегій, зокрема аналітики даних, соціальних мереж та програматик-реклами, дозволяє ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією. Дослідження показують, що інтеграція електронного маркетингу у бізнес-моделі підвищує рівень конверсії на 30-50% [1, 2].

Дослідити ефективність застосування електронного маркетингу у залученні та утриманні клієнтів, визначити основні тенденції та інструменти, що впливають на результати рекламних кампаній.

У дослідженні використано методи аналізу статистичних даних, А/В тестування рекламних кампаній та порівняльний аналіз ефективності різних цифрових каналів маркетингу. Дані зібрано з відкритих аналітичних платформ, таких як Google Analytics та Meta Business Suite.

Аналіз цифрових маркетингових стратегій показав, що персоналізовані кампанії мають вищий рівень конверсії порівняно з традиційними методами. Наприклад, використання ретаргетингу дозволяє підвищити конверсію до 70% серед користувачів, які раніше відвідали сайт компанії.

Основні результати дослідження:

- Контент-маркетинг підвищує залученість клієнтів на 40% порівняно з банерною рекламою.
- Використання штучного інтелекту у чат-ботах скорочує час відповіді на запити споживачів на 60%, що позитивно впливає на рівень задоволеності клієнтів.
- SEO-оптимізація сторінок сприяє зростанню органічного трафіку в середньому на 35% протягом 6 місяців.

### **Висновки**

Електронний маркетинг є потужним інструментом для розвитку бізнесу. Використання персоналізованих стратегій, аналітики та автоматизації дозволяє підвищити ефективність маркетингових кампаній і зміцнити зв'язок зі споживачами.

**Список використаних джерел:**

1. Chaffey, D. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson.
2. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.
3. Ryan, D. (2023). Understanding Digital Marketing. Kogan Page.

**УДК: 656:005.334(043.2)**

**СИСТЕМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАННЯ**

**Михайло Барський**

*Державний Університет «Київський авіаційний інститут», Київ*

*Науковий керівник – Сергій Гриценко, д.е.н., проф.*

Ключові слова: ризик, глобальні ланцюги постачання, систематизація, економічна ефективність, стійкість, логістика, безперебійна робота, логістичні стратегії.

Управління ризиками підприємства на рівні, достатньому для того, щоб діяльність такого підприємства була ефективною, сталою та безперервною, вимагає системного підходу до управління широким спектром внутрішніх та зовнішніх ризиків, які в тій чи іншій мірі можуть завдати збитку компанії. Глобальні ланцюги постачання є складними та багаторівневими системами, що забезпечують взаємодію та взаємоінтеграцію торговельних, логістичних, виробничих, управлінських та інших процесів пов'язаних компаній в рамках міжнародної економіки.

Велика кількість досліджень підкреслює та підтверджує важливість систематизації та комплексного підходу до управління ризиками в глобальних ланцюгах постачання. До прикладу, дослідники R.A. Inman та K.W. Green (2021) розглядають концепцію гнучких та стійких ланцюгів постачання. Вони акцентуються на потребі в еластичності до зовнішніх змін, використанні технологій прогнозування ризиків, побудові альтернатив [1].

Визначення ключових ризиків у глобальних ланцюгах постачання, аналізі підходів до управління ними, розробці практичних рекомендацій для систематизації процесів управління ризиками.

Об'єктами дослідження виступають стратегії управління ризиками, глобальні ланцюги постачання, взаємозв'язок між учасниками та функціями ГЛП, методи протидій ризикам.

Наукове обґрунтування результатів дослідження базується на поєднанні аналітичного методу виконання наукових досліджень та методики синтезу. Тут розуміється аналіз