

економічних наук, (20). <https://doi.org/10.5281/zenodo.18861250>

3. Цифрова економіка : підручник / за ред. д.е.н., проф. А. І. Крисоватий, д.е.н., проф. О. М. Десятнюк, д.е.н., проф. О. В. Птащенко,. Тернопіль : ЗУНУ, 2024. 520 с.

УДК 339.9:658.8:004.738.5

Козлов А.С., аспірант
кафедри міжнародної економіки
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується посиленням глобалізаційних процесів, що супроводжуються інтенсивним розвитком цифрових технологій та трансформацією механізмів ринкової взаємодії. Глобалізація не лише розширює межі економічної діяльності, але й змінює підходи до формування конкурентних переваг, змушуючи підприємства переосмислювати традиційні інструменти маркетингу. При цьому розвиток цифрового середовища забезпечив безпрецедентні можливості для інтеграції національних ринків у глобальний економічний простір. Компанії отримали доступ до міжнародних аудиторій, інструментів аналітики та каналів комунікації, які дозволяють оперативно реагувати на зміни попиту та поведінки споживачів. В таблиці 1 відобразимо основні особливості впливу на формування цифрових стратегій.

Таблиця 1
Особливості впливу глобалізації на формування цифрових
маркетингових стратегій

Напрямок впливу	Характер змін	Вплив
Розширення ринків	Вихід компаній за межі національних економік	Орієнтація на міжнародні аудиторії
Конкурентне середовище	Зростання глобальної конкуренції	Підвищення якості та інноваційності стратегій
Цифровізація бізнесу	Активне впровадження цифрових технологій	Перехід до digital-first стратегій
Сегментація ринку	Ускладнення структури споживачів	Перехід до мікросегментації
Поведінка споживачів	Глобалізація споживчих трендів	Адаптація контенту до різних культур

Канали комунікації	Розвиток глобальних цифрових платформ	Оmnіканальні стратегії
Брендинг	Формування глобальних брендів	Стандартизація іміджу та локальна адаптація
Дані та аналітика	Зростання обсягів даних	Використання Big Data для рішень
Швидкість змін	Прискорення ринкових процесів	Гнучкі та адаптивні стратегії
Технологічні інновації	Поширення нових технологій	Використання AI, автоматизації
Культурні фактори	Різноманітність культурних середовищ	Локалізація маркетингових стратегій
Довіра та репутація	Глобальна прозорість бізнесу	Управління онлайн-репутацією
Вартість просування	Оптимізація витрат через цифрові канали	Ефективне використання бюджетів
Регуляторне середовище	Різні правові норми в країнах	Адаптація до законодавства
Інноваційні бізнес-моделі	Поява нових форм підприємництва	Використання платформних стратегій

Джерело: сформовано автором на основі [1, 2, 3]

Вплив глобалізаційних процесів проявляється у зміні логіки маркетингових комунікацій, що дедалі більше орієнтуються на персоналізацію, швидкість реагування та використання аналітичних даних. Формування цифрових маркетингових стратегій передбачає поєднання глобальних підходів із урахуванням локальних особливостей ринку, що дозволяє досягти балансу між стандартизацією та адаптацією. Такий підхід сприяє підвищенню ефективності комунікацій і формуванню стійких конкурентних переваг.

Література

1. Кириленко С.В. Формування інноваційної екосистеми підприємництва в умовах цифрової економіки. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, 2024. Вип. 4 (284). С. 36-42. DOI: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2024-284-4-36-42>
2. Птащенко О. В., Кириленко С.В., Шершенюк О.М. Інтегрований інтернет-маркетинг як складова цифрової стратегії підприємств торгівлі. Актуальні проблеми економіки, № 11 (293), 2025. С. 240-251. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2025-1-293-240-251>
3. Цифрова економіка : підручник / за ред. д.е.н., проф. А. І. Крисоватий, д.е.н., проф. О. М. Десятнюк, д.е.н., проф. О. В. Птащенко,. Тернопіль : ЗУНУ,