

Олексієвець Тарас Іванович

*кандидат історичних наук, доцент,
докторант кафедри економіки та управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний університет*

Матвій Іван Романович

*аспірант,
Рівненський державний гуманітарний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-439-2-15>

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА МОНЕТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗВИТКУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

У сучасному світі, коли швидкість технологічного прогресу і цифровізація стають визначальними чинниками економічного зростання, значення регіонального розвитку набуває нових масштабів. Успішні регіони здатні ефективно залучати інвестиції, підвищувати рівень життя населення та розвивати локальні підприємства, що підвищує їхню конкурентоспроможність на національному та міжнародному рівнях. Цифровізація маркетингових стратегій і розробка нових підходів до монетизації є важливими аспектами, які сприяють розкриттю потенціалу регіонів, адаптуючи їх до сучасних економічних умов [1, с. 26].

Цифровізація маркетингових стратегій передбачає використання цифрових платформ, аналітичних інструментів, великих даних та соціальних мереж для комунікації з цільовою аудиторією та підтримки бізнесу на місцевому рівні. Завдяки цифровим інструментам регіони мають можливість підвищити свою привабливість для інвесторів та туристів, а також стимулювати розвиток підприємництва. Особливо актуальними стають такі інструменти, як SEO (пошукова оптимізація), SMM (соціальні медіа маркетинг), контент-маркетинг та email-маркетинг.

Цифровізація також змінює традиційні методи збору та аналізу даних про потреби і уподобання споживачів. У сучасних умовах, коли доступ до великих даних є пріоритетним, аналіз цих даних

дозволяє розробляти більш точні стратегії, що відповідають реальним вимогам споживачів, враховуючи місцеві особливості. Завдяки новим технологіям регіональні органи управління можуть ефективно комунікувати з мешканцями, вивчаючи їхню думку щодо перспектив розвитку та оперативно реагуючи на їхні потреби [2].

Монетизація цифрових маркетингових стратегій є необхідною умовою для стійкого економічного зростання регіону. Застосування методів монетизації, таких як реклама в соціальних мережах, платні послуги на платформах з надання локальних сервісів, а також створення бренду регіону, сприяють залученню капіталу. Це, у свою чергу, стимулює розвиток місцевих компаній та залучення нових підприємств.

Одним з основних напрямів монетизації є формування цифрових маркетингових каналів для розвитку місцевого туризму, включаючи інвестиції у зручні та інтуїтивні для користувачів туристичні веб-сайти, мобільні додатки та платформу бронювання. Розробка інтерактивних онлайн-карт, віртуальних турів та інтеграція рекомендацій у реальному часі можуть суттєво підвищити привабливість регіону, сприяючи збільшенню доходів від туризму та розвитку локального бізнесу, пов'язаного з туристичною індустрією [3, с. 452].

Попри численні переваги цифровізації, її застосування в регіональному розвитку стикається з певними викликами. Зокрема, це необхідність інвестувати в інфраструктуру для підтримки швидкісного інтернету, безпеку даних і захист інформації, а також підготовку кадрів, здатних ефективно працювати з новими цифровими інструментами.

Ще одним аспектом є відсутність достатнього фінансування та обмеженість у кваліфікованих кадрах, що є важливими для реалізації інноваційних стратегій. Технологічний розрив між регіонами також створює додаткові перешкоди, оскільки менші регіони мають менше ресурсів для впровадження передових цифрових стратегій, ніж великі міста [4].

На практиці багато регіонів вже активно впроваджують цифрові стратегії для власного розвитку. Наприклад, у країнах Європи відзначається активне застосування цифрових платформ для

управління міськими сервісами та покращення рівня життя громадян. Цифрові платформи забезпечують інтеграцію інформаційних сервісів, таких як транспорт, громадські послуги, сфера освіти та охорони здоров'я. В Україні такі процеси набувають особливого значення в умовах економічних викликів та необхідності залучення іноземних інвестицій [1, с. 50].

Одним із яскравих прикладів успішної цифровізації маркетингових стратегій в Україні є проєкт «Smart City» в містах, таких як Київ, Львів і Харків. Цей проєкт охоплює впровадження інтегрованих цифрових платформ для управління міськими послугами, такими як транспорт, енергетика, охорона здоров'я та інші. У рамках цього проєкту використовуються мобільні додатки, що дозволяють громадянам легко отримувати інформацію, сплачувати за послуги, замовляти таксі, платити за проїзд тощо [1, с. 58].

Цифровізація та монетизація маркетингових стратегій відкривають нові можливості для розвитку регіонів у сучасному глобалізованому світі. Використання цифрових технологій у маркетингу дозволяє регіонам не лише стати більш конкурентоспроможними, але й забезпечує сталий розвиток, створюючи нові робочі місця, підтримуючи інноваційні підприємства та підвищуючи рівень життя мешканців. Тим не менш, для ефективної реалізації цифровізації потрібні комплексні підходи, які враховують як інфраструктурні, так і соціальні особливості кожного окремого регіону.

Цей підхід сприятиме довгостроковому розвитку та інтеграції регіонів у глобальну економічну систему, що відповідає сучасним вимогам цифрової економіки та суспільства.

Список використаної літератури:

1. Цифрова економіка: підручник / Олешко Т.І., Касьянова Н.В., Смерічевський С.Ф. та ін. Київ: НАУ, 2022. 200 с.
2. Кримська А.О., Балик У.О., Клімова І.О. Цифрова трансформація у сфері маркетингу: нові підходи та можливості. *Академічні візії*. 2023. № 26. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10374255> (дата звернення: 07.11.2024).

3. Ігнатенко Р.В. Розвиток цифрового маркетингу у світі та в Україні. *Бізнес Інформ*. 2022. № 1. С. 450–455. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-450-455>

4. Market Research Blogs. Global Market Insights: веб-сайт. URL: <https://www.gminsights.com/blogs> (дата звернення: 07.11.2024).