

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

## «ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ПІД ВПЛИВОМ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРАКТИЦІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи Мг-21зс

Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

Ткаченко Богдан Михайлович

*ПІБ*

Керівник: Дубницький В. І., д.е.н., проф.

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

Дніпро  
2025

## АНОТАЦІЯ \*

***Ткаченко Б.О. Цифрова трансформація маркетингу під впливом сучасних цифрових технологій у практиці малого та середнього бізнесу.***

У кваліфікаційній роботі досліджено особливості цифрової трансформації маркетингової діяльності малого та середнього бізнесу в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій. Розглянуто ключові інструменти цифрового маркетингу: штучний інтелект, чат-боти, Big Data, алгоритмічні закупівлі реклами, автоматизація маркетингових процесів, персоналізація реклами, використання доповненої та віртуальної реальності. Здійснено аналіз практики впровадження цифрових інструментів на прикладі автосервісу «A&D Garage», виявлено переваги, бар'єри та ризики цифрової трансформації. Розроблено практичні рекомендації щодо ефективного впровадження цифрових технологій у маркетингову стратегію малого бізнесу, з урахуванням етичних та правових аспектів.

Ключові слова: цифровий маркетинг, малий бізнес, A&D Garage, штучний інтелект у маркетингу, автоматизація маркетингових процесів, персоналізація реклами, маркетингова аналітика, цифрові технології, етичні аспекти.

## SUMMARY

***Bohdan Tkachenko. Digital Transformation of Marketing Under the Influence of Modern Digital Technologies in the Practice of Small and Medium-Sized Businesses.***

This bachelor's qualification paper explores the specifics of digital transformation in the marketing activities of small businesses under the influence of rapidly evolving digital technologies. The study examines key digital marketing tools such as artificial intelligence, chatbots, Big Data, programmatic advertising, marketing automation, personalized advertising, and the use of augmented and virtual reality. The paper analyzes the implementation of digital tools using the example of the auto repair business "A&D Garage," identifying the advantages, challenges, and risks associated with digital transformation. Practical recommendations are proposed for the effective integration of digital technologies into the marketing strategy of small businesses, taking into account ethical and legal considerations.

Key words: digital marketing, small business, A&D Garage, artificial intelligence in marketing, marketing automation, personalized advertising, marketing analytics, digital technologies, ethical aspects.

## ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАРКЕТИНГУ	9
1.1. Як змінюється маркетинг у цифрову епоху	9
1.2. Основні цифрові технології, що впливають на маркетинг	15
1.3. Значення цифрового маркетингу для малого та середнього бізнесу	23
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	31
2.1. Короткий опис підприємства та його маркетингової діяльності	31
2.2. Аналіз використання цифрових інструментів на підприємстві	34
2.3. Приклади застосування штучного інтелекту, Big Data, чат-ботів та інших сучасних технологій	37
2.4. SWOT-аналіз маркетингової системи підприємства	41
2.5. Проблеми та виклики цифрової трансформації в умовах малого та середнього бізнесу	44
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У МАРКЕТИНГОВУ СТРАТЕГІЮ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	51
3.1. Рекомендації для ефективного використання сучасних цифрових технологій	51
3.2. План впровадження автоматизації, персоналізації та інших інструментів	56
3.3. Приблизний бюджет і очікувані результати	63
3.4. Етичні та правові аспекти використання нових технологій у маркетингу	68
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74