

Ернані Хадійяті, Сугенг Муліоно, Гунаді

### **Цифровий маркетинг як показник підвищення ефективності бізнесу**

У статті проаналізовано складний взаємозв'язок між цифровим маркетингом, управлінням відносинами з клієнтами, конкурентоздатністю та ефективністю бізнесу малих і середніх підприємств креативної індустрії у міських районах провінції Східна Ява, які виробляють крафтові продукти. Вибірка дослідження складає 172 учасників опитування (86 чоловіків (50%) і 86 жінок (50%). Первинні дані було зібрано шляхом опитування підприємців, які є керівниками чи власниками малих і середніх підприємств з досвідом ведення бізнесу більше п'яти років. Для аналізу даних було використано метод найменших квадратів і метод моделювання структурними рівняннями. Результати аналізу вказують на зв'язок між цифровим маркетингом, ефективністю бізнесу та управлінням відносинами з клієнтами (показник впливу – 0.126, з р-значенням 0.006), а також конкурентоздатністю (показник впливу – 0.260, з р-значенням 0.000). Це можна пояснити тим, що цифрові медіа можуть визначати, приваблювати та перетворювати потенційних клієнтів на лояльних. Високі вимоги клієнтів до онлайн-послуг стають все більш важливими для цифрового маркетингу та бізнесу. Суть результатів дослідження полягає в тому, що чим ефективніший цифровий маркетинг, тим більший вплив управління відносинами з клієнтами на підвищення ефективності діяльності компанії, зокрема збільшення прибутку, ріст продажів і зростання зайнятості. У статті висвітлено важливу роль цифрового маркетингу, управління відносинами з клієнтами та конкурентоздатності у підвищенні ефективності бізнесу, подоланні труднощів, спричинених пандемією, та досягненні успіху малих і середніх підприємств креативної індустрії у провінції Східна Ява, які виробляють крафтові продукти.

**Ключові слова:** цифровий маркетинг, управління відносинами з клієнтами, конкурентоздатність, ефективність бізнесу, малі та середні підприємства

**Класифікація JEL:** M21, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.