

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ON-LINE РИНКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. В даній роботі було досліджено поняття маркетингової діяльності та основні відмінності on-line і off-line ринків. Проаналізовано та виокремлено низку особливостей управління маркетинговою діяльністю в умовах on-line ринку.

Ключові слова: маркетингова діяльність, on-line ринок, off-line ринок, цифровізація, інтернет-маркетинг, особливості, цифрові платформи.

Abstract. This paper examines the concept of marketing activity and the main differences between online and offline markets. A number of features of marketing activity management in the online market are analyzed and identified.

Keywords: marketing activity, online market, offline market, digitalization, Internet marketing, features, digital platforms.

Вступ

Сучасний розвиток цифрових технологій суттєво трансформував традиційні методи ведення бізнесу, зокрема маркетингову діяльність. On-line ринок відкриває нові можливості для компаній у досягненні своєї цільової аудиторії, але водночас вимагає адаптації маркетингових стратегій до цифрового середовища. Зростання кількості онлайн-покупців, розвиток електронної комерції та поширення соціальних мереж роблять вивчення маркетингової діяльності в цифровому середовищі надзвичайно актуальним [1, 2]. Компаніям необхідно розуміти ефективні способи взаємодії з клієнтами, використовувати аналітику даних для персоналізації пропозицій та впроваджувати інноваційні рекламні технології. Тому актуальним на сьогодні є дослідження особливостей маркетингової діяльності в умовах on-line ринку та визначення його подальших перспектив.

Результати дослідження

Маркетингова діяльність – це комплекс дій, спрямованих на задоволення потреб споживачів та отримання прибутку шляхом створення, просування та продажу товарів або послуг [2, 3]. Вона охоплює широкий спектр процесів, від дослідження ринку до післяпродажного обслуговування.

Маркетингова діяльність однаково важлива як для офлайн, так і для онлайн ринків, але методи та підходи до її реалізації відрізняються.

On-line і off-line – це два основні способи здійснення комерційної діяльності, які відрізняються місцем та способом взаємодії між продавцями та покупцями [2].

On-line – це віртуальний ринок, де товари та послуги продаються та купуються через Інтернет, а взаємодія між продавцями та покупцями відбувається виключно через веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі та інші онлайн-платформи.

Off-line – це традиційний ринок, де товари та послуги продаються та купуються у фізичних місцях, таких як магазини, ринки, торгові центри, а взаємодія між продавцями та покупцями відбувається особисто.

Основні відмінності on-line і off-line ринків:

1. Місце: on-line – віртуальний, off-line – фізичний.
2. Взаємодія: on-line – через інтернет, off-line – особисто.
3. Охоплення аудиторії: on-line – ширше, off-line – обмежене географічним розташуванням.
4. Доступність: on-line – 24/7, off-line – обмежений робочим часом.
5. Витрати: on-line – може бути меншим, off-line – зазвичай вищим (оренда, персонал).

Серед особливостей управління маркетинговою діяльністю в умовах on-line ринку варто виділити:

1. Дослідження ринку:

- аналіз пошукових запитів, поведінки користувачів на сайті;
 - використання інструментів веб-аналітики (google analytics);
 - аналіз соціальних мереж.
2. Розробка продукту:
 - створення зручного інтерфейсу сайту або додатку;
 - надання детальної інформації про товари, якісні фотографії;
 - забезпечення зручних способів оплати та доставки.
 3. Ціноутворення:
 - динамічне ціноутворення, залежно від попиту та дій конкурентів;
 - використання промокодів, знижок, програм лояльності.
 4. Просування:
 - SEO-оптимізація сайту для пошукових систем;
 - контекстна реклама (Google Ads), таргетована реклама в соціальних мережах;
 - Email-маркетинг, контент-маркетинг;
 - SMM (маркетинг у соціальних мережах).
 5. Розподіл:
 - Організація доставки товарів через служби доставки;
 - Надання різних варіантів доставки (кур'єр, пошта, пункти видачі).
 6. Післяпродажне обслуговування:
 - онлайн-консультації, чат-боти;
 - відгуки, рейтинги, система оцінки;
 - персоналізовані пропозиції.

Таким чином, маркетингова діяльність в on-line форматі адаптується до особливостей кожного ринку, використовуючи відповідні інструменти та стратегії.

Висновки

Маркетингова діяльність в умовах on-line має свої особливості, що зумовлені стрімким розвитком цифрових технологій. Успішні компанії використовують багатоканальні стратегії, аналітичні інструменти та інноваційні методи залучення клієнтів. Водночас, їм доводиться долати певні виклики, пов'язані з конкурентним середовищем, захистом персональних даних та швидкими змінами алгоритмів цифрових платформ. Щодо подальших перспектив дослідження, то воно може бути спрямоване на аналіз впливу нових технологій, таких як блокчейн і доповнена реальність, на маркетингову діяльність. Також важливо дослідити ефективність інтегрованих маркетингових комунікацій в умовах глобалізації цифрового ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кримська А.О., Балик У.О., Клімова І.О. (2023). Цифрова трансформація у сфері маркетингу: нові підходи та можливості. *Академічні візії*, 26. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/38522/1/стаття.pdf>
2. Карпик Я., Пурей, Є. (2023). Діджиталізація маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін. *Journal of Strategic Economic Research*, 119-127. URL: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.4.14>
3. Ажажа М., Венгер О., Фурсін О. Концепція цифрового маркетингу 4.0: еволюція, характеристика, типологія. *Humanities Studies*. 2023. № 14 (91). С. 135–147. DOI: <https://doi.org/10.32782/hst-2023-14-91-16>

Нікіфорова Лілія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: nikiforova@vntu.edu.ua

Чулівський Вадим Віталійович – студент групи МВКД-21Б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Liliia Nikiforova - Ph.D., Associate Professor of the Department of Management and Security of Information Systems at Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Ukraine, e-mail: nikiforova@vntu.edu.ua

Chulivskiy Vadym – student of the MIT-21b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.