

[4] Федоришина Л., Головчук Ю. О. Боднар Р. О. Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. №57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88>

[5] Черевко О. В., Белоусова Н. В., Головчук Ю. О. Теоретико-методологічне забезпечення розвитку економіки регіонів України. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. №4. С.17-25. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21._topic_-Cherevko-O.V.-B%D1%96elousova-N.V.-Golovchuk-J.%D0%9E.17-25.pdf

УДК 658.8:629.7

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ В ТРАНСПОРТНІЙ ІНДУСТРІЇ

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF MARKETING IN THE TRANSPORTATION INDUSTRY

Ю. О. Головчук, канд. економ. наук, Я. В. Карман
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Y. O. Holovchuk PhD (Econom.), Y. V. Karman
Vinnitsia Trade and Economic Institute of State Trade and Economics University

Цифрові технології радикально змінили підходи до маркетингу в транспортній індустрії, відкриваючи нові горизонти для залучення клієнтів і підвищення ефективності рекламних кампаній. Однією з ключових переваг цифрових інструментів є можливість збору та аналізу великих обсягів даних про споживачів. Це дозволяє компаніям розуміти поведінку своїх клієнтів, їхні вподобання та потреби на глибшому рівні, що є важливим для створення персоналізованих маркетингових стратегій.

Мобільні додатки стали невід'ємною частиною маркетингових комунікацій у транспортній сфері. Вони надають клієнтам можливість швидко та зручно здійснювати бронювання, отримувати актуальну інформацію про розклади, ціни та спеціальні пропозиції. Це не лише підвищує задоволення клієнтів від обслуговування, але й дозволяє компаніям зібрати дані про поведінку користувачів додатків, що може бути використано для удосконалення продуктів і послуг [1; 2].

Соціальні медіа відіграють також важливу роль у сучасному маркетингу транспортних компаній. Інтерактивність і візуальний контент дозволяють компаніям ефективно привертати увагу споживачів, підвищуючи впізнаваність бренду та стимулюючи залучення аудиторії. Онлайн-реклама і рекламні кампанії, оптимізовані за допомогою цифрових технологій, дозволяють транспортним компаніям точно налаштувати

свої рекламні повідомлення до конкретних сегментів аудиторії. Це підвищує ефективність реклами, зменшуючи витрати на залучення нових клієнтів і збільшуючи конверсію рекламних кампаній. Закріплення бренду в онлайн-просторі через веб-сайти, блоги та контент-маркетинг також відіграє важливу роль у стратегіях маркетингу транспортних компаній. Ці інструменти дозволяють створювати корисний контент, який привертає увагу потенційних клієнтів, підвищує авторитет бренду в галузі та стимулює інтерес до продуктів та послуг компанії [3; 4, с. 5-8].

Крім того, цифрові технології відкривають нові можливості для реалізації креативних маркетингових стратегій, таких як віртуальна реальність (VR) та розширена реальність (AR). Транспортні компанії можуть використовувати ці технології для створення іммерсивних віртуальних турів, інтерактивних рекламних кампаній та унікального користувацького досвіду, що приверне увагу споживачів і підвищить відомість бренду [3; 5, с. 18-23].

Аналітика в реальному часі є ще однією важливою областю, де цифрові технології вносять значущий вклад у розвиток маркетингу. Завдяки ним компанії можуть швидко адаптувати свої маркетингові стратегії до змінюваних умов ринку, конкурентної обстановки та споживчих вподобань. Це робить маркетинг більш гнучким, реактивним і спроможним забезпечити стабільний розвиток бізнесу навіть у динамічно змінюваних умовах.

Важливо відзначити, що цифрові технології сприяють інтеграції маркетингу з іншими ключовими функціональними областями в компанії, такими як продажі, обслуговування клієнтів та операційний менеджмент. Це стимулює створення логістичних стратегій, які спрямовані на досягнення спільних бізнес-цілей, підвищуючи ефективність управління ресурсами, оптимізацію внутрішніх процесів і забезпечення інтегрованого підходу до взаємодії з клієнтами.

Отже, цифрові технології не лише трансформують маркетингові практики в транспортній індустрії, але й створюють нові можливості для інновацій, зростання та гнучкості. Вони відкривають широкі перспективи для розвитку бізнесу, дозволяючи компаніям бути на крок попереду в конкурентному світі.

[1] Графська О. І., Головчук Ю. О., Кулик О. М. Інноваційні інструменти маркетингових стратегій розвитку туризму на регіональному рівні. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct71-36>

[2] Паска М.З., Головчук Ю.О., Гарасимчук Н.А. Гастрономічний туризм як елемент маркетингових стратегій розвитку регіональної економіки в умовах кризи. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2022. №6. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-6-8086>

[3] Федоришина Л., Головчук Ю.О., Боднар Р.О. Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. №57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88>

[4] Черевко О.В., Белоусова Н.В., Головчук Ю.О. Оцінка доцільності використання методики прогнозування регіонального економічного розвитку інклюзивного туризму. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. №2. С.4-11. URL: <https://eco-science.net/wp->

content/uploads/2022/02/2.21._topic_Chervko-O.V.-B%D1%96elousova-N.V.-Golovchuk-J.%D0%9E.-4-11.pdf

[5] Черевко О.В., Белоусова Н.В., Головчук Ю.О. Теоретико-методологічне забезпечення розвитку економіки регіонів України. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. №4. С.17-25. URL: https://economics.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21._topic_Chervko-O.V.-B%D1%96elousova-N.V.-Golovchuk-J.%D0%9E.17-25.pdf

УДК 004.738.5:659.1

ДІДЖИТАЛ ІНСТРУМЕНТИ У СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

DIGITAL TOOLS IN THE FIELD OF INTERNET MARKETING

Ю. О. Головчук, канд. економ. наук, А. О. Стасенко

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Y. O. Holovchuk PhD (Econom.), A. O. Stasenko

Vinnitsia Trade and Economic Institute of State Trade and Economics University

Ефективне використання різноманітних інструментів маркетингу є ключем до успішного просування товарів і послуг на ринку. На сьогоднішній день популярні не лише традиційні методи, такі як рекламні кампанії та PR заходи, а й інтернет-орієнтовані маркетингові стратегії. Зокрема, великого значення набуває соціальний медіа маркетинг (SMM), що орієнтований на просування продукції через онлайн-платформи.

Сьогодні соціальні мережі, особисті блоги, форуми, відеохостинги та інші онлайн-ресурси стали необхідними майданчиками для залучення аудиторії. Зазвичай у сучасних компаніях за проведення SMM відповідає SMM-менеджер. Оскільки Інтернет стає ключовим каналом комунікації зі споживачем і основним інструментом розвитку ринку, важливо розуміти основні інструменти даного виду маркетингу.

Найефективніші інструменти інтернет-маркетингу включають:

– лендінг-сторінки – це односторінкові сайти, які містять основну інформацію про товар або послугу. Головна мета лендінгу – надихнути відвідувача на необхідну дію;

– соціальні медіа – активність в соціальних мережах платформа для спілкування з цільовою аудиторією та поширення інформації про продукт або послугу;

– контент-маркетинг – створення цікавого та корисного контенту для вирішення проблем цільової аудиторії. Цей інструмент сприяє залученню трафіку та підвищує довіру до бренду чи компанії;