

ІНСТРУМЕНТИ ОНЛАЙН ПРОСУВАННЯ РОЗДРІБНИХ МЕРЕЖ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Анотація: Досліджено можливості використання інструментів онлайн просування роздрібних торгових мереж на міжнародних ринках, зокрема, в Румунії. Авторами проаналізовано залученість населення до використання Інтернету, соціальних мереж та пошукових систем в Румунії та запропоновано використання Facebook, Google та лідерів думок в Instagram як ефективних інструментів просування.

Ключові слова: просування, роздрібна торгівля, цифрові інструменти просування.

Abstract: The article explores the possibilities of using digital tools for the promotion of retail chains in Romania. The authors analyzed the use of the Internet, social networks and search engines in Romania and suggested the use of Facebook, Google and Instagram opinion leaders as effective promotion tools.

Key words: promotion; retail; digital promotion tools.

Онлайн просування стає все більш важливим для мереж роздрібною торгівлі в умовах швидкого розвитку електронної комерції, однією з переваг якого є можливість досягти більшої аудиторії клієнтів у будь-якій точці світу. Крім того, онлайн-торгівля дозволяє мережам роздрібною торгівлі підтримувати більш тісний контакт зі своїми клієнтами, шляхом взаємодії з ними через різноманітні Інтернет-канали. В Румунії, як і в багатьох інших країнах, існує значна кількість можливостей для розвитку онлайн-торгівлі. Спершу необхідно розглянути частку користувачів Інтернету серед населення Румунії (рис. 1).

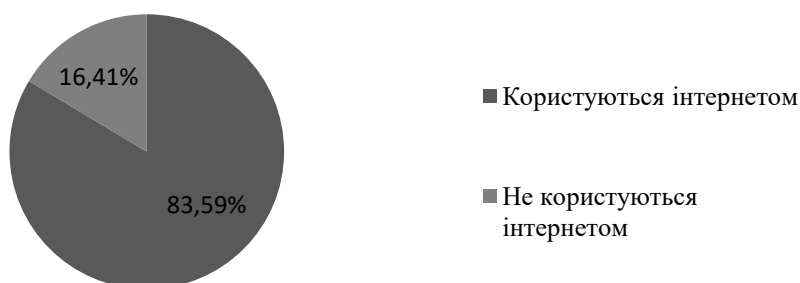


Рисунок 1. Частка користувачів Інтернету серед населення Румунії в 2021 році.

Джерело: складено авторами на основі даних [1].

Отже, згідно з наведеними даними, рівень проникнення Інтернету достатній для використання каналів просування, які пов'язані з використанням Інтернет- комунікацій.

Серед можливостей онлайн-просування варто зазначити використання пошукових систем, соціальних мереж та лідерів думок.

Реклама в пошукових системах – така реклама у пошукових системах, таких як Google та Bing, може допомогти роздрібній мережі залучати клієнтів, які активно шукають товари або послуги, які пропонує мережа. За допомогою ключових слів та критеріїв сегментації аудиторії, таких як місце проживання та вік, можна залучити потенційних клієнтів з Румунії, які шукають певні товари та послуги [2]. Для визначення пріоритетних пошукових систем для реклами автори розглянули структуру ринку пошукових систем в Румунії (табл. 1).

Таблиця 1. Ринкові частки пошукових систем у Румунії на березень 2022 р.

№	Пошукова система	Ринкова частка
1	Google	97.37%
2	Bing	1.69%
3	Yahoo!	0.47%
4	DuckDuckGo	0.18%
5	Petal Search	0.16%
6	Yandex	0.09%

Джерело: складено авторами на основі даних [3].

Реклама в соціальних мережах - соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Twitter, є популярними каналами для онлайн-реклами, оскільки вони дозволяють роздрібній мережі залучати клієнтів з великої кількості різних аудиторій. За допомогою рекламних кампаній на Facebook та Instagram можна залучати клієнтів з Румунії, орієнтуючись на їхні інтереси та поведінку в мережі [4]. Автори розглянули популярність соціальних мереж в Румунії станом на 2020 рік (рис. 3).

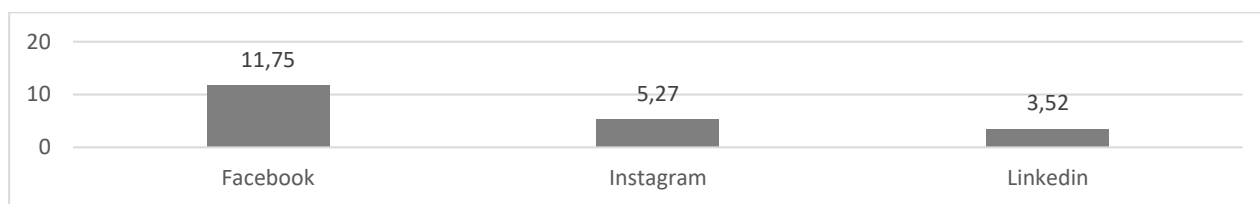


Рисунок 3. Кількість активних користувачів соціальних мереж в Румунії, станом на грудень 2022 р.

Джерело: складено авторами на основі даних [5].

З рисунку видно, що найпопулярнішою соціальною мережею є Facebook з майже 11 млн. активних користувачів. Також, автори розглянули статево-вікову структуру користувачів Facebook (рис. 4).

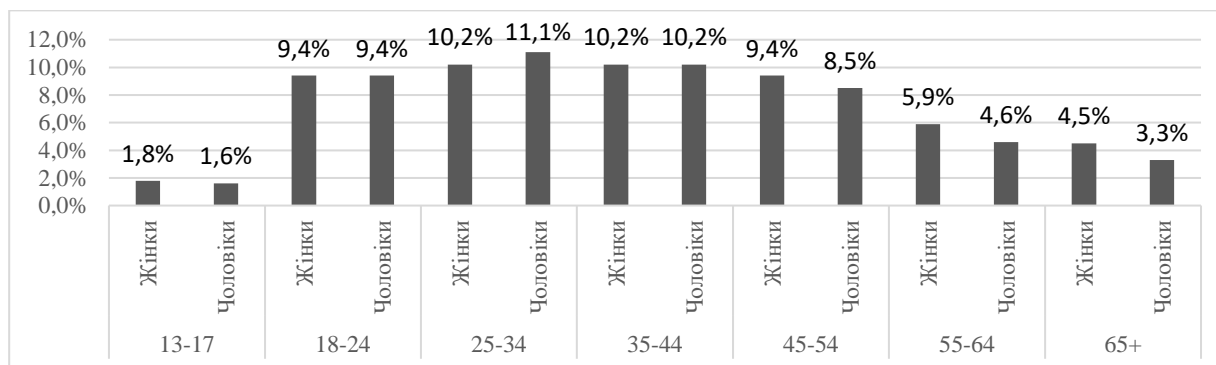


Рисунок 3. Статево-вікова структура користувачів Facebook, станом на грудень 2022 р.

Джерело: складено авторами на основі даних [6].

У грудні 2022 року у Румунії було 11,75 мільйонів користувачів Facebook, що становить 61,3% від загальної кількості населення. Найбільшу вікову групу користувачів склали люди віком від 25 до 34 років (2,5 мільйонів) [6].

Реклама через лідерів думок - лідери думок або інфлюенсери, які мають велику аудиторію в соціальних мережах, можуть допомогти роздрібній мережі залучати нових клієнтів та збільшувати свою впізнаваність. Партнерство з інфлюенсерами може дозволити мережі розширити свою аудиторію та збільшити продажі, оскільки їхні підписники довіряють їхнім рекомендаціям [7]. Згідно з дослідженням MediaKix [8] найефективнішим форматом для використання реклами у лідерів думок є публікації та історії в Instagram. Тому, автори також розглянули статево-вікову структуру користувачів Instagram (рис. 4).

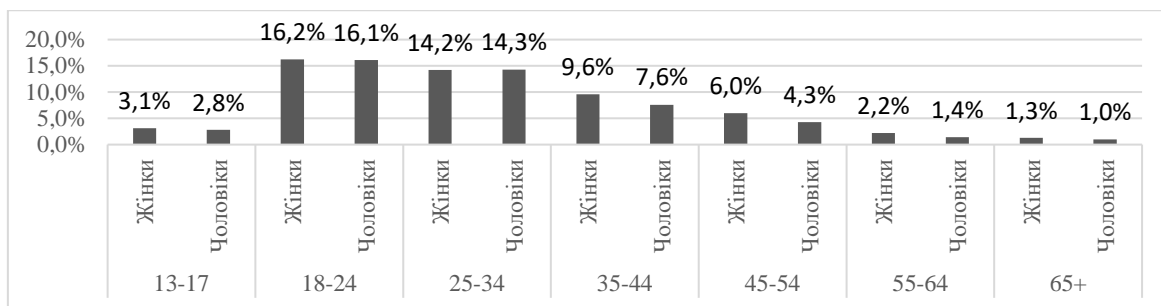


Рисунок 4. Статтєво-вiкова структура користувачiв Instagram, станом на грудень 2022 р.
Джерело: складено авторами на основi даних [9].

У груднi 2022 року в Румунiї налiчувалося 5,27 мiльйонiв користувачiв Instagram, що становить 27,5% населення країни. Серед них найбiльшу кiлькiсть склали жiнки - 52,4%. Найбiльшою вiковою групою користувачiв були люди вiком вiд 18 до 24 рокiв (1,7 мiльйона) [9].

В цiлому, перспективи онлайн-просування в Румунiї для мереж роздрiбної торгiвлi є великими, оскiльки румунськi споживачi все частiше переходять до онлайн-покупок. Однак успiх будь-якої компанії в онлайн-торгiвлi залежить вiд того, наскiльки добре вона розумiє свою цiльову аудиторiю та вмiє адаптуватися до ринкових умов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. World development indicators. *The World Bank*. URL: <https://cutt.ly/13UGAqq>.
2. Google Ads – залучайте бiльше клiєнтiв за допомогою простої у використаннi онлайн-реклами. *Google Ads*. URL: <https://cutt.ly/13UGKB6>.
3. Search engine market share in Romania. *StatCounter Global Stats*. URL: <https://cutt.ly/C3UHkYv>.
4. What is influencer marketing: how to develop your strategy. *Sprout Social*. URL: <https://cutt.ly/D3UHabO>.
5. Social media users in Romania. *NapoleonCat Stats*. URL: <https://cutt.ly/W8p6F4i>.
6. Facebook users Romaniaia. *NapoleonCat Stats*. URL: <https://cutt.ly/B3UHcuW>.
7. What is social media. Advertising. *ObelisMedia*. URL: <https://cutt.ly/13UHfBM>.
8. Influencer marketing 2019 industry benchmarks. *MediaKix*. URL: <https://cutt.ly/f3UHtXx>.
9. Instagram users in Romania. *NapoleonCat Stats*. URL: <https://cutt.ly/13UHUV0>.

Іванченко Костянтин Олегович – аспірант кафедри міжнародної економіки та маркетингу, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, e-mail: ivanchenko.kostiantyn@gmail.com

Біловодська Олена Анатоліївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки та маркетингу, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

Ivanchenko Kostiantyn O. – Ph.D. student in Economics, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, e-mail: ivanchenko.kostiantyn@gmail.com

Bilovodska Olena A. - Dr. Sc. in Economics, Professor, Professor of the Department of International Economics and Marketing, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv