

УДК 316.472 : 004.738.5 : 004.77

Ніна ПАВЛІШИНА

к.е.н., доцент,

доцент кафедри «Маркетинг та логістика»,

Національний університет «Запорізька політехніка»

pavl_n_m@urk.net

Вероніка ЯРЦЕВА

студ.гр.ФЕУ-413,

Національний університет «Запорізька політехніка»

nika.yartseva2006@gmail.com

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧАСТИНА МАРКЕТИНГУ

SOCIAL NETWORKS AS A PART OF MARKETING

З кожним роком соціальні мережі все більше змінюють маркетингову діяльність орієнтуючи її на віртуальне середовище, використання цифрових технологій та зростання інтенсивності користування Інтернетом.

Сьогодні Інтернетом користується понад 3.5 мільярди людей, а швидкість змін у віртуальному просторі набагато перевищує динаміку змін у звичному для нас "матеріальному" світі [5, ст. 172].

Соціальні мережі заповняють життя споживачів вже кілька років підряд. На сьогоднішній день у особи, у якої немає акаунту в будь-якій соціальній мережі, є мотив вважатися відірваною від світу. Тому що люди настільки проникли в цю віртуальну реальність, що соціальні мережі стали навіть для когось і самим життям [4].

Соціальні медіа продовжують зростати і стали потужним інструментом для отримання прибутку, який пропонує нові можливості для бізнесу - від функцій і функціональності до платної реклами та таргетування аудиторії.

Завдяки поширенню соціальних мереж, життя користувачів зазнало значних змін і вплинуло на розвиток бізнесу. Вже давно популярні соціальні мережі є не лише платформами для спілкування; вони стали потужним інструментом для підприємців. За рахунок швидкого розвитку онлайн ринку в соціальних мережах, бізнес має можливість залучати потенційних клієнтів та створювати свою цільову аудиторію, що сприяє збільшенню прибутку.

Розглянемо найпопулярніші соціальні мережі за останні п'ять років (2019-2023 рр.):

- Facebook. Існує більше 65 мільйонів компаній, які використовують сторінки Facebook, і більше шести мільйонів рекламодавців активно рекламують свій бізнес у Facebook, що робить його досить привабливим. Протягом п'яти років Facebook втрачав та відвойовував позиції, але завжди залишався на першому місці. Станом на 2023 р. кількість його користувачів становить 29,9 млрд. осіб.

- Youtube. Друга за популярністю мережа декілька років поспіль. Щоб розпочати роботу на цій платформі, створюється канал на YouTube, куди можна

завантажувати відео, щоб користувачі мали змогу переглядати, лайкати, коментувати та ділитися. Станом на 2023 р. популярність мережі не змінилась, вона продовжує займати другу позицію у рейтингу із кількістю користувачів 2.52 млрд.осіб;

- Instagram – ця платформа все більше набирає популярності у світі. В ній доступно безліч функцій, які допомагають прискорювати просування і продажі продуктів: створити бізнес-акаунт, надається аналітика профілю, можливість публікувати контент (публікації, відео, історії, IGTV) за графіком. Про популярність мережі свідчить той факт що у 2019 р. вона були на шостому місці із кількістю користувачів 1 млрд., а у 2023 р. вийшла на третє – із кількістю користувачів 2 млрд.осіб;

- Tik tok (також відома як Douyin в Китаї) – це соціальна мережа, яка повністю побудована на відеоконтенті. Тік-Токери викладають сюди свої короткі ролики від 15 до 60 секунд. На перший погляд, Tik tok – це платформа для підлітків, але це ідеальна платформа для заробітку та просування бізнесу. Якщо підприємець буде правильно використовувати цю соціальну мережу, то зможе представити свій бізнес чи продукт величезній аудиторії;

- Telegram – безпечна програма для обміну повідомленнями, через яку також можна залучати клієнтів. Бренди можуть створювати чат-боти для платформи Telegram або створювати Telegram-канали та ділитися інформацією з користувачами. Telegram краще використовувати якщо у компанії вже є клієнти. Telegram продемонстрував найшвидший розвиток. За п'ять років мережа піднялась із двадцятого місця (0,2 млрд. користувачів) до п'ятого (0,7 млрд.) і продовжує зростати [2-3; 6-8]

Для більшості компаній чи товарів маркетинг не прив'язується до якоїсь певної соціальної мережі. Можна обрати будь-яку, але важливо, щоб мережі мала велику потенційну аудиторію. Наприклад, якщо продукція направлена на країни Європи і США, то зручніше застосовувати Facebook, Twitter або Instagram. У Америці і Канаді широко відомою мережею є й Google +. Якщо ідеться про східноєвропейські країни, то користувачі надають перевагу Instagram і Facebook [1].

Про потенціал використання соціальних мереж у маркетингу свідчить така статистика:

- 4,74 млрд. активних користувачів соціальних мереж у світі;
- 59,3% населення світу використовує принаймні одну платформу соціальних мереж;
- 190 млн. нових користувачів за останній рік залучили соціальні мережі;
- 2 годин 27 хв. проводить щодня в соціальних мережах пересічний користувач;
- 55% користувачів називають соціальні мережі є основним джерелом інформації;
- 17,4 млрд. дол. очікуване зростання ринку продаж через соціальні мережі;
- 4,08 млрд. користувачів заходять у мережі із мобільного телефону [7-8].

Таким чином соціальні мережі вже давно стали невід'ємною складовою сучасного маркетингу. Їх значущий вплив на споживачів, можливість створення власного бренду та взаємодії з аудиторією роблять їх незамінним інструментом для підтримки і розвитку бізнесу. Користувачі шукають бренди, з якими вони могли б спілкуватися, і прагнуть активних дій та вражень. Від нових додатків і платформ до відвертого контенту, штучного інтелекту (ШІ) та покупок у соціальних мережах. Ці напрями маркетингової активності у соціальних мережах потребують подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. Сучасне суспільство. 2012. Вип. 2. С. 179-184. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2012_2_25 (02.10.2023)
2. Найпопулярніші соціальні мережі світу та рейтинг України. 2019. URL : <https://futurenow.com.ua/21-najpopulyarnishyh-sotsialnyh-merezh-svitu-ta-rejtyng-ukrayiny/> (дата звернення 10.10.2023)
3. Найпопулярніші соцмережі у світі – рейтинг. 2023. AIN.UA. URL : <https://ain.ua/2023/03/09/najpopulyarnishi-soczmerezhi-u-sviti-rejtyng/> (12.10.2023)
4. Роль соціальних мереж в просуванні бізнесу. 2016. LuxSite. URL: <https://luxsite.ua/ua/rol-socialnyh-setej-v-prodvizhenii-biznesa/> (02.10.2023)
5. Філановський О. Головна маркетингова книга. Київ : Фабула. 2018 . 304 с.
6. Самосват І. TikTok для бізнесу: як заробити у соціальній мережі. 2020. URL : <https://shotam.info/ne-tilky-dlia-pidlitkiv-iak-sotsialna-merezha-tiktok-dopomozhe-vashomu-biznesu/> (07.10.2023)
7. Статистика соціальних медіа, фактів і тенденцій за 2023 рік. URL : <https://www.websiterating.com/uk/research/social-media-statistics-facts/> (13.10.2023)
8. Most popular social networks worldwide as of July 2023, ranked by number of monthly active users. Statista. URL : <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (13.10.2023)