

Яцківська Анастасія

*Державний університет «Житомирська політехніка»***Соціальні мережі як ефективний засіб  
просування бізнесу у світі**

**Анотація.** У статті розглянуто основні аспекти використання SM, як ефективного способу просування бізнесу. Розглянуто дані користування соціальними мережами. Останнім часом маркетингові комунікації набули нового напрямку діяльності. Глобальне поширення соціальних медіа, особливо соціальних мереж, призвело до зростання онлайн-конкуренції серед компаній. Традиційні медіа-канали, такі як зовнішня реклама, друковані видання, телебачення тощо, в основному використовуються для інформування споживачів про нові продукти та їх виняткову якість. Однак сьогодні, з розвитком медіа, Інтернет-реклама зайняла лідируючу позицію та пропонує більш різноманітні можливості для залучення нових клієнтів. Оскільки суспільство почало віддавати пріоритет комунікації в онлайн-просторі, компанії, щоб не втрачати з поля зору свою цільову аудиторію – споживачів, почали шукати нові засоби комунікації. Ось чому соціальні мережі все частіше використовуються компаніями як основний інструмент комунікації. Розвиток Інтернет-технологій, нові бізнес-процеси сприяли появі окремого напрямку в бізнес-маркетингу – Social Media Marketing (SMM).

**Ключові слова:** Social Media Marketing; соціальні мережі; інтернет.

**Актуальність теми.** Сьогодні соціальні мережі мають величезний вплив на суспільство. Сучасні соціальні мережі неупереджено перетворилися із засобів спілкування в потужні інструменти впливу на суспільство та індивідуальні переконання. Широке користування ними значною кількістю людей відкриває нові можливості для маркетингових комунікацій та реклами брендів. Важливість соціальних медіа полягає не лише у їхній популярності, а й у їхньому потужному впливі на формування думок, відносин і споживчих звичок. Застосування інтернет-реклами через соціальні мережі дозволяє підприємствам краще зрозуміти свою цільову аудиторію, персоналізувати комунікації та досягати більшої ефективності впливу на споживачів.

Розвиток соціальних медіа в сучасному маркетингу відображається не лише у зростанні їхньої популярності, а й у вдосконаленні технологій та інструментів аналізу для оцінки результативності рекламних кампаній. Такий підхід дозволяє підприємствам бути більш гнучкими і адаптивними до змін у споживчому поведінці та цифрових трендах.

В цілому, соціальні мережі на сьогоднішній день стали неодмінною складовою маркетингових стратегій будь-якого бізнесу, що прагне успіху в цифровій епосі. Широке використання і універсальність соціальних медіа на сьогоднішній день є одним з найефективніших безкоштовних каналів маркетингу. Вони забезпечують не лише широке охоплення аудиторії, але й можливість взаємодії з нею, що стає ключовим фактором у створенні успішних маркетингових кампаній.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій, на які спирався автор.** Дослідження Global WebIndex, показує, що в усьому світі, 59 % населення світу користується соціальними мережами. Середнє денне використання 2 години 31 хвилина (січень 2023).

Соціальні медіа маркетинг (SMM) є широким та динамічним полем досліджень, і багато вчених займаються цим напрямком. Ось кілька відомих вчених, які активно досліджують соціальні медіа маркетинг: К.Тратнер досліджує питання соціального потокового маркетингу у Facebook [17], А.Пурхані, Х.Абдіпур, Б.Бахер та М.Мослепур досліджують вплив соціальних медіа на зростання та ефективність бізнесу: наукометричний аналіз [11], С.Краус, С.Дерст, Жоао Ж. Феррейра, П.Вейга, Н.Кайлер, О.Вайнман досліджують цифрову трансформацію в дослідженні бізнесу та менеджменту: огляд поточного статус-кво [12].

**Метою статті** є аналіз даних та обґрунтування практичної цінності застосування соціальних мереж як ефективного засобу просування бізнесу за допомогою інтернет-реклами.

**Викладення основного матеріалу.** Маркетинг у соціальних мережах – це потужний спосіб для компаній будь-якого розміру охопити потенційних клієнтів. Люди знаходять, відчувають, стежать за брендами та купують їх у соціальних мережах. Хороший маркетинг у соціальних мережах може принести бізнесу неймовірний успіх, створити лояльних прихильників бренду та навіть зв'язатися з потенційними клієнтами, а також збільшити продажі.

Маркетинг у соціальних мережах – це форма цифрового маркетингу, яка використовує потужність популярних соціальних мереж для досягнення цілей маркетингу та брендингу. Але справа не лише у

створенні бізнес-облікового запису та публікації в будь-який час, а в тому що маркетинг у соціальних мережах вимагає стратегії, що розвивається, із вимірюваними цілями, зокрема: ведення та оптимізація профілю; публікація фото, відео, історій та живих відео, які представляють бренд і залучають потрібну аудиторію; відповіді слідування за підписниками, клієнтами та впливовими людьми та спілкування з ними, для створення спільноти навколо бренду.

Маркетинг у соціальних мережах також включає платну рекламу в соціальних мережах, яку компанія може заплатити, щоб представити свій бізнес широкій цільовій аудиторії.

Конкретними перевагами маркетингу в соціальних мережах є:

Гуманізація бізнесу: Соціальні мережі дозволяють бізнесу активно брати участь у ринку. Профіль, публікації та взаємодія з користувачем створюють близьку особистість, з якою аудиторія може спілкуватися, ставитися до неї та довіряти їй.

Залучення трафіку: соціальні мережі є найкращим каналом для збільшення перегляду вашого вебсайту. До того ж, соціальні сигнали є непрямим фактором SEO (Search Engine Optimization – це оптимізація під пошукові алгоритми.)

Залучення потенційних клієнтів: Збільшення кількості потенційних клієнтів і конверсій на платформах Instagram та Facebook можна за допомогою таких функцій, як магазини в Instagram/Facebook, прями повідомлення, кнопки із заклик до дії в профілі та функція бронювання.

Підвищення впізнаності бренду чи продукту: Візуальний характер платформ соціальних мереж дозволяє створювати візуальну ідентичність для широкої аудиторії та підвищувати впізнаність бренду. Крім того, підвищення впізнаності бренду призведе до кращих результатів в інших кампаніях.

Побудова стосунків: відкривають шляхи прямого та непрямого спілкування з вашими підписниками, що дозволяє спілкуватися, збирати відгуки, брати участь в обговореннях і безпосередньо взаємодіяти з окремими особами. Чим активніша аудиторія в соціальних мережах, тим легше досягти маркетингових цілей компанії.

Аналізуючи останні дані можна зазначити, що маркетологи повинні приймати розумніші рішення, ніж будь-коли раніше, плануючи свої цифрові канали дистрибуції. Тому перегляд останніх статистичних даних щодо впровадження та використання соціальних мереж є важливою частиною стратегії цифрового маркетингу будь-якої компанії.

В цілому на початку 2023 року мобільними телефонами користувалися 5,44 мільярда людей, що дорівнює 68 % загального населення світу. За останній рік кількість унікальних користувачів мобільних пристроїв зросла трохи більше ніж на 3 %, за останні 12 місяців з'явилося 168 мільйонів нових користувачів.

Сьогодні у світі налічується 5,16 мільярда користувачів Інтернету, тобто 64,4 % всього населення планети зараз є онлайн. Дані показують, що загальна кількість користувачів Інтернету зросла на 1,9 % за останні 12 місяців, але затримки у звітності означають, що фактичне зростання, ймовірно, буде вищим, ніж передбачає ця цифра.

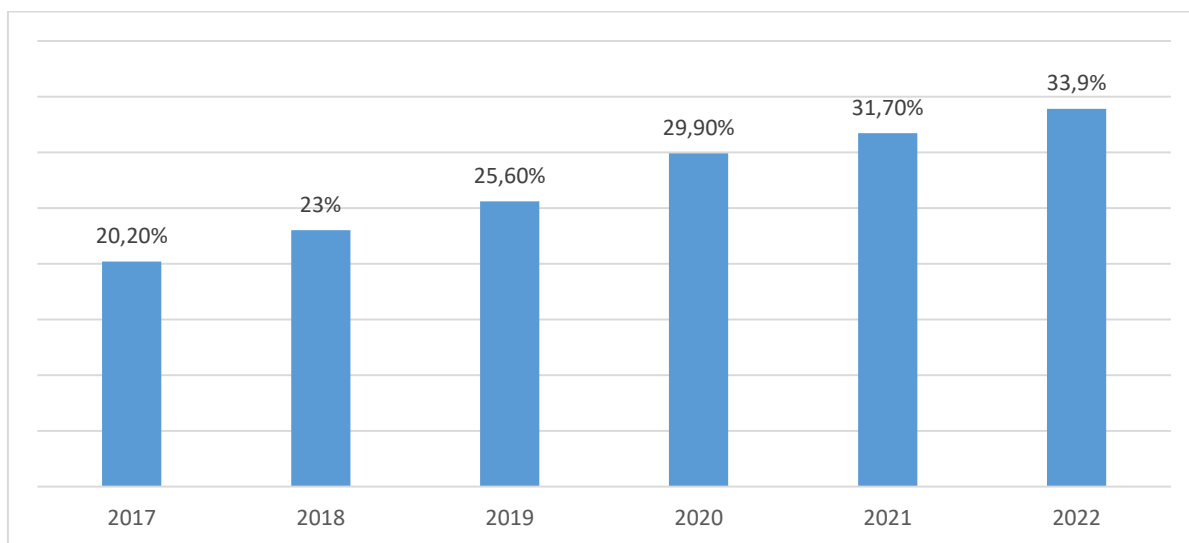
Зараз у світі налічується 4,76 мільярда користувачів соціальних мереж, що становить трохи менше 60 % населення світу. Проте протягом останніх місяців зростання кількості користувачів соціальних медіа сповільнилося, причому чисте збільшення цього року на 137 мільйонів нових користувачів дорівнює річному зростанню лише на 3 %.



Рис. 1. Час проведений в інтернеті [5]

Під час пандемії, спричиненої Covid-19, індустрія цифрової реклами отримала виграшні для себе зміни у цифровій поведінці світу.

Дані Statista свідчать про те, що частка цифрових технологій у загальних глобальних витратах на рекламу зросла на 27,7 % з 2019 року з 57,4 % в 2019 році до 73,3 % у 2022 році.

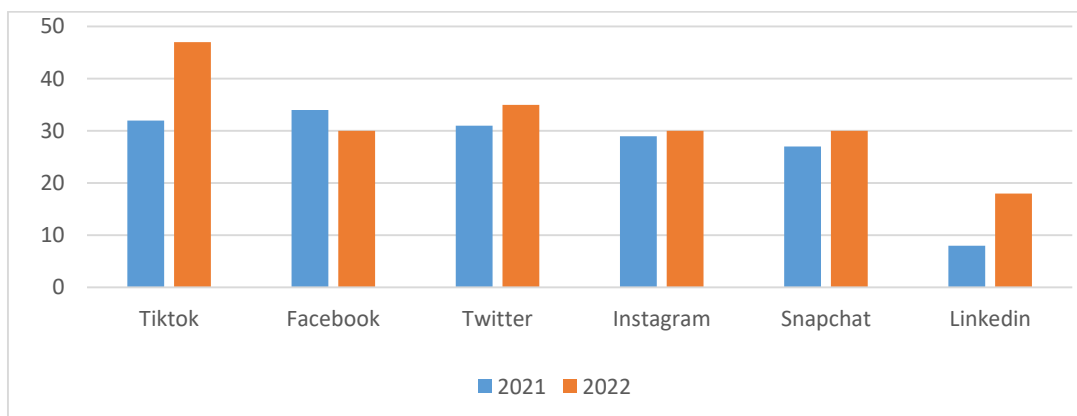


*Рис. 2. Частка цифрової реклами: соціальні мережі.  
Реклами в SM, як відсоток до загальних доходів від цифрової реклами [5]*

Згідно з даними, опублікованими в Advertising & Media Outlook від Statista, глобальні витрати на рекламу в соціальних мережах зросли більше ніж удвічі після спалаху COVID і досягли 226 мільярдів доларів у 2022 році.

Відповідно до глобального огляду Datareportal за січень 2023 року ми бачимо, що зростання соціальних медіа продовжує зростати.

На таблиці 3 ми можемо побачити діаграму як змінювався середній час, проведення у соціальних мережах у період з 2021 року по 2022 рік.



*Рис. 3. Середній час, проведений у соціальних мережах у 2022 р. порівняно з 2021 р. [4]*

Останні дослідження показують, що в третьому кварталі 2022 року середній час, проведений в Інтернеті на одну людину, становив 397 хвилин (шість годин 37 хвилин) на день. Це те ж саме, що й у попередньому кварталі, і на 12 хвилин менше, ніж у першому кварталі 2022 року.

Це також знаменує 20-хвилинне щорічне зменшення часу, проведеного в Інтернеті в 3 кварталі 2021 року. За дев'ять кварталів із 3 кварталу 2020 року до 3 кварталу 2022 року середній час, проведений в Інтернеті, досяг піку в 2 кварталі 2021 року та 3 кварталі 2021 року – 417 хвилин (шість годин 57 хвилин) на день.

У 2021 році користувачі Інтернету в усьому світі проводили в Інтернеті 415,5 хвилин щодня. Для порівняння, поточний середній показник у 2022 році становить 401 хвилину – на 14,5 хвилин менше.

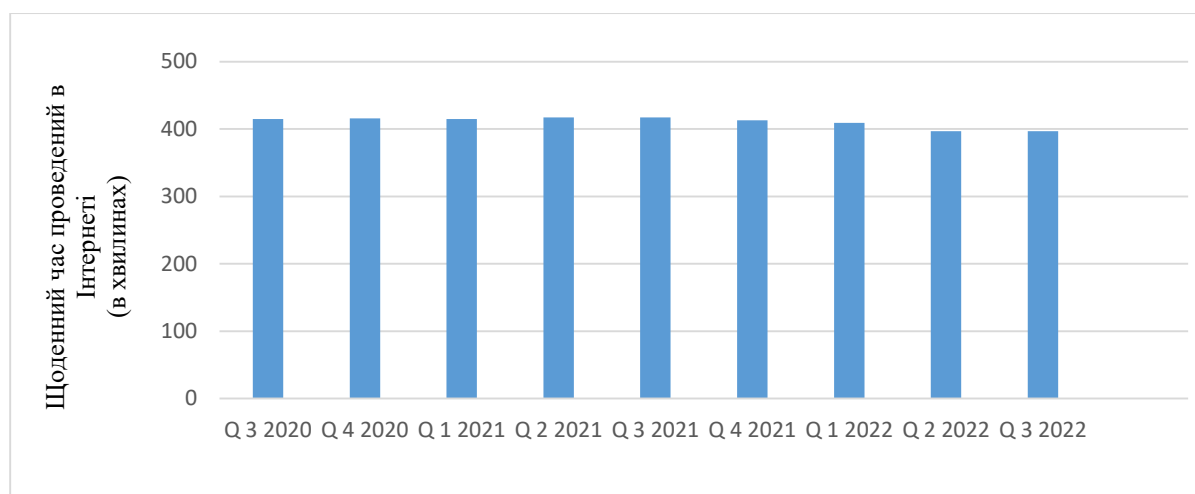


Рис. 4. Графік щоденного використання Інтернету у період з 2020–2022 рр. (поквартально) [5]

У кожній успішній маркетинговій стратегії в соціальних мережах є спільні риси, а саме необхідно знати на яку саме аудиторію орієнтуватися, тобто які платформи використовуються, і який контент обирає потенційний клієнт та за ким стежити; ідентичність бренду повідомлення яке доноситься до орієнтованої аудиторії; стратегія вмісту: для якісного контенту повинна бути структурована стратегія щодо вмісту; аналітика: статистичні дані, які піддаються кількісному вимірюванню, інформуватимуть стратегію (клієнто-орієнтованість, час публікації та вміст); регулярні заходи – регулярність публікацій, взаємодія з тенденціями і точність наданої інформації.

Найпоширенішими та найпопулярнішими маркетинговими платформами соціальних мереж для бізнесу є Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok і Snapchat. (рис. 5).

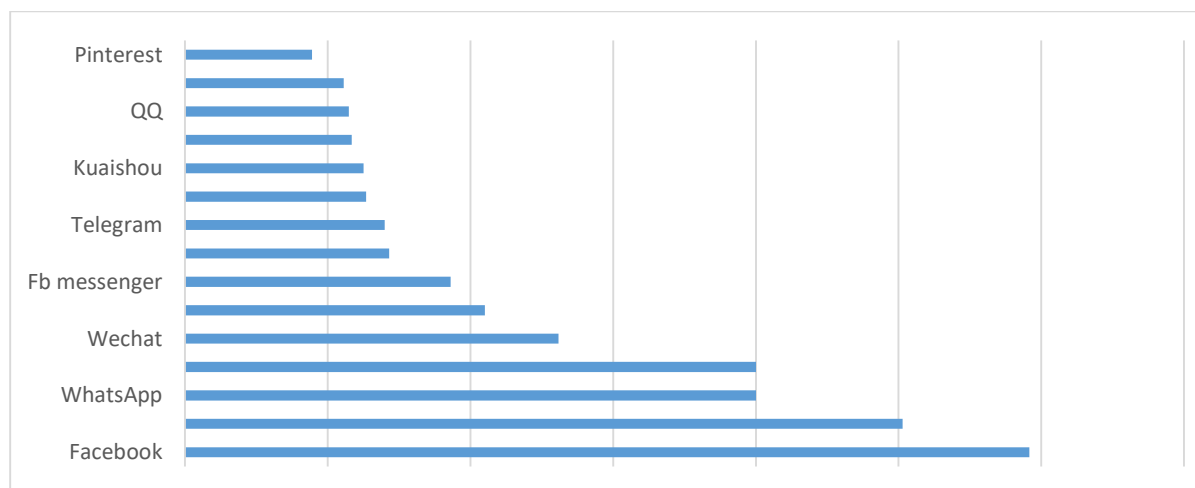


Рис. 5. Найпопулярніші SM платформи [5]

Таким чином, ефективне використання соціальних мереж є ключовим фактором для просування вашого бренду, продукту чи компанії на ринку, залучення все більшої кількості підписників, розширення цільової аудиторії та залучення споживачів.

Сучасний розвиток компаній забезпечує всі сприятливі умови, необхідні для розвитку бренд-маркетингу та просування через соціальні мережі на зовнішніх ринках, підвищення лояльності до наших брендів та окремих продуктів.

**Висновок та перспективи подальших досліджень.** Використання прийомів інтернет-маркетингу спрямоване на економію коштів (заробітна плата торгового персоналу та реклама) та розширення діяльності компанії (перехід з локального ринку на національний та міжнародний ринки). Водночас як

великі, так і малі компанії мають більш збалансовані шанси в боротьбі за ринок. На відміну від традиційних засобів реклами (друк, радіо, телебачення), вихід на ринок через Інтернет не дуже високий. Важливо те, що Інтернет-маркетинг забезпечує чітке статистичне уявлення про ефективність маркетингових кампаній, на відміну від традиційних методів маркетингової реклами.

Ефективне використання соціальних мереж є ключовим фактором успішного просування вашого бренду, продукту чи компанії на ринку. Це дозволяє залучати все більше й більше підписників, розширювати цільову аудиторію, а також підвищувати та зміцнювати репутацію вашої компанії шляхом заснування.

Існує багато соціальних мереж зі своїми унікальними специфікаціями, але сучасні методи аналізу даних можна застосувати до кожної з них незалежно від специфікацій. Моніторинг соціальних мереж дає можливість аналізувати та відслідковувати тенденції, прислухатися до відгуків, визначати позицію на ринку і, звичайно, оцінювати ефективність вашої діяльності в Інтернеті.

Ефективне використання соціальних мереж є ключовим фактором успішного просування вашого бренду, продукту чи компанії на ринку. Це дозволяє залучати все більше й більше підписників, розширювати цільову аудиторію, а також підвищувати та зміцнювати репутацію компанії шляхом заснування. Також дозволяє захистити лояльність до свого продукту.

Існує багато соціальних мереж зі своїми унікальними специфікаціями, але сучасні методи аналізу даних можна застосувати до кожної з них незалежно від специфікацій. Моніторинг соціальних мереж дає можливість аналізувати та відслідковувати тенденції, прислухатися до відгуків, визначати позицію на ринку і, звичайно, оцінювати.

Розумне використання маркетингу в соціальних медіа на внутрішньому ринку, так і на зарубіжному ринку ефективно впливає на імідж бренду, хоча на початку, може здаватися дуже складним завданням, або в деяких випадках може негативно вплинути на діяльність самої компанії.

Сучасний розвиток компанії має всі необхідні сприятливі умови для розвитку маркетингу та просування брендів через соціальні медіа на внутрішні та на зарубіжні ринки. Активне використання підприємцями можливостей соціальних мереж дозволить підвищити лояльність цільової аудиторії до бренду або окремих продуктів.

#### Список використаної літератури:

1. We are social : official website [Electronic resource]. – Access mode : <https://wearesocial.com/uk/>.
2. *Augustin U.* The Review of Online Social Media Marketing Evolution and Consumer Related Behaviour in Recent Year's By / *U.Augustin, R.Yazdanifard* // ResearchGate [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqke>.
3. Average time spent on social media in 2022 (by platform) [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqil>.
4. Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2023 / Statistic [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>.
5. DataReportal : official website [Electronic resource]. – Access mode : <https://datareportal.com/>.
6. Digital 2023: global overview report [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqmv>.
7. How To Use The P.O.S.T Method To Create Your Social Media Plan / Crayons & Marketers [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqkf>.
8. It's how you monitor, understand and influence the world around you [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqjh>.
9. Local SEO Statistics to Improve Your 2023 Strategy [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqnb>.
10. Our compilation of the latest social media statistics of consumer adoption and usage of social networking platforms [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/dwhsm>.
11. The impact of social media in business growth and performance: A scientometrics analysis / *A.Pourkhania, Kh.Abdipoura, B.Bahera, M.Moslehpour* // International Journal of Data and Network Science. – 2019. – № 3. – P. 223–244.
12. Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo / *S.Kraus, S.Durst, J.J. Ferreira and other* // International Journal of Information Management. – 2022. – Vol. 63. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466.
13. Social Media Marketing for Businesses [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/dquks>.
14. State Of Social 2019 [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqml>.
15. The State of Social 2018 Report: Your Guide to Latest Social Media Marketing Research [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqmr>.
16. Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps / DreamGrow. – 2023 [Electronic resource]. – Access mode : <http://surl.li/gaqkr>.
17. *Trattner C.* Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study / *C.Trattner, F.Kappe* // International Journal of Social and Humanistic Computing. – 2013. – Vol. 2 (1).
18. *Касьяненко М.М.* SMM: переваги та недоліки / *М.М. Касьяненко* // Science, research, development. – 2020. – № 28. – С. 51–54 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://surl.li/gaqnm>.
19. *Редька В.С.* Переваги та недоліки SMM / *В.С. Редька* // Виклики та шляхи стабілізації соціально-економічного розвитку України : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених. – 2020. – С. 115–117.

20. Рейтинг популярності соціальних мереж в Україні. – 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://surl.li/gaqle>.
21. Основні метрики та КРІ в інтернет-маркетингу / Idea Digital Agency [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://surl.li/gaqlj>.
22. Шталь Т.В. SMM як сучасні технології маркетингу / Т.В. Шталь, Г.Б. Дмитрієв // Бізнес Інформ. – 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://surl.li/gaqld>.

#### References:

1. *We are social*, official website, [Online], available at: <https://wearesocial.com/uk/>
2. Augustin, U. and Yazdanifard, A.R., «The Review of Online Social Media Marketing Evolution and Consumer Related Behaviour in Recent Year's By», *ResearchGate*, [Online], available at: <http://surl.li/gaqke>
3. «Average time spent on social media in 2022 (by platform)», [Online], available at: <http://surl.li/gaqil>
4. «Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2023», *Statistic*, [Online], available at: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>
5. *DataReportal*, official website, [Online], available at: <https://datareportal.com/>
6. «Digital 2023: global overview report», [Online], available at: <http://surl.li/gaqmv>
7. «How To Use The P.O.S.T Method To Create Your Social Media Plan», *Crayons & Marketers*, [Online], available at: <http://surl.li/gaqkf>
8. «It's how you monitor, understand and influence the world around you», [Online], available at: <http://surl.li/gaqjh>
9. «Local SEO Statistics to Improve Your 2023 Strategy», [Online], available at: <http://surl.li/gaqnb>
10. «Our compilation of the latest social media statistics of consumer adoption and usage of social networking platforms», [Online], available at: <http://surl.li/dwhsm>
11. Pourkhanian, A., Abdipoura, Kh., Bahera, B. and Moslehpour, M. (2019), «The impact of social media in business growth and performance: A scientometrics analysis», *International Journal of Data and Network Science*, No. 3, pp. 223–244.
12. Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J.J. et al. (2022), «Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo», *International Journal of Information Management*, Vol. 63, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466.
13. «Social Media Marketing for Businesses», [Online], available at: <http://surl.li/dquks>
14. «State Of Social 2019», [Online], available at: <http://surl.li/gaqml>
15. «The State of Social 2018 Report: Your Guide to Latest Social Media Marketing Research», [Online], available at: <http://surl.li/gaqmr>
16. «Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps», DreamGrow, 2023, [Online], available at: <http://surl.li/gaqkr>
17. Trattner, C. and Kappe, F. (2013), «Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study», *International Journal of Social and Humanistic Computing*, Vol. 2 (1).
18. Kasianenko, M.M. (2020), «SMM: perevahy ta nedoliky», *Science, research, development*, No. 28, pp. 51–54, [Online], available at: <http://surl.li/gaqnm>
19. Redka, V.S. (2020), «Perevahy ta nedoliky SMM», *Vyklyky ta shliakhy stabilizatsii sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh uchenykh, pp. 115–117.
20. «Reitynh populiamnosti sotsialnykh merezh v Ukraini» (2019), [Online], available at: <http://surl.li/gaqle>
21. «Osnovni metryky ta KPI v internet-marketynhu», *Idea Digital Agency*, [Online], available at: <http://surl.li/gaqlj>
22. Shtal, T.V. and Dmytriiev, H.B. (2019), «SMM yak suchasni tekhnolohii marketynhu», *Biznes Inform*, [Online], available at: <http://surl.li/gaqld>

---

#### Yatskivska A.

##### Social networks as an effective tool of business promotion in the world

**Abstract.** The article discusses the main aspects of using SM as an effective way to promote your business. Data on the use of social networks are considered. Recently, marketing communications have acquired a new direction of activity. The global spread of social media, especially social networks, has led to increased online competition among companies. Traditional media channels such as outdoor advertising, print publications, television, etc. are mainly used to inform consumers about new products and their exceptional quality. However, today, with the development of media, online advertising has taken a leading position and offers more diverse opportunities to attract new customers. As society began to prioritize communication in the online space, companies, in order not to lose sight of their target audience – consumers, began to look for new means of communication. This is why social media is increasingly being used by companies as their primary communication tool. The development of internet technologies and new business processes contributed to the emergence of a separate direction in business marketing - Social Media Marketing (SMM).

**Keywords:** Social Media Marketing; social networks; the Internet.

---