

Таращук Н.О., студентка напрямку підготовки 6.030507 "Маркетинг",

к.е.н., доц. Скригун Н.П.

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ SMM В УКРАЇНІ

У сучасному світі все більшого розвитку набуває сфера інтернет-маркетингу. Однією з важливих складових інтернет-маркетингу є SMM. З початком створення перших мереж подібних Facebook або Twitter на межі двохтисячних років SMM став досить ефективним інструментом для просування. Сьогодні в соціальних мережах мають свої сторінки як державні організації так і приватні підприємства. Основними завданнями SMM є створення комунікаційного зв'язку зі своїми споживачами, визначення цільової аудиторії, її аналіз та визначення стратегії ведення сторінок в соціальних мережах.

Залученість суспільства у користування інтернетом стрімко росте з кожним роком. За даними звіту січня 2018 року міжнародного агентства We Are Social та Hootsuite, які спеціалізуються на дослідженнях соціальних медіа, кількість користувачів інтернетом зросла до 4,021 мільярда. Для порівняння в 2000-му році користувачів було всього на всього 350 мільйонів, а в 2010 році 1,7 мільярда. За прогнозами ця цифра підніметься до 5 мільйонів ще до початку 2020 року.

За даними Київського міжнародного інституту соціології станом на 2016 рік інтернетом користувалися 61,6% дорослого населення України, цей відсоток зріс (на 11,8%) порівняно з 2013 роком, в якому відсоток користувачів інтернетом становив 49,8% [1]. Залежно від цього збільшується й обсяг інтернет-купівель. За даними платформи Prom.ua українці витратили близько 8-ми мільярдів гривень на інтернет-покупки в 2016 році.

Це свідчить про те, що SMM стрімко набуває розвитку в Україні. Суспільство з кожним роком все менше реагує на традиційну медіа-рекламу. Розвинуті підприємства працюють зі своїми споживачами через соціальні

мережі. Це дозволяє їм бути на постійному зв'язку зі своїми потенційними споживачами, здійснювати клієнтську підтримку у режимі 24/7, робити просування через сторінки компанії в соціальних мережах, через рекламу відомих блогерів тощо.

На світовому ринку реклами в інтернет-сегмент підприємства вкладають найбільше коштів – 38,6% за даними медіа-агентства Zenith в 2017 році (рис. 1).

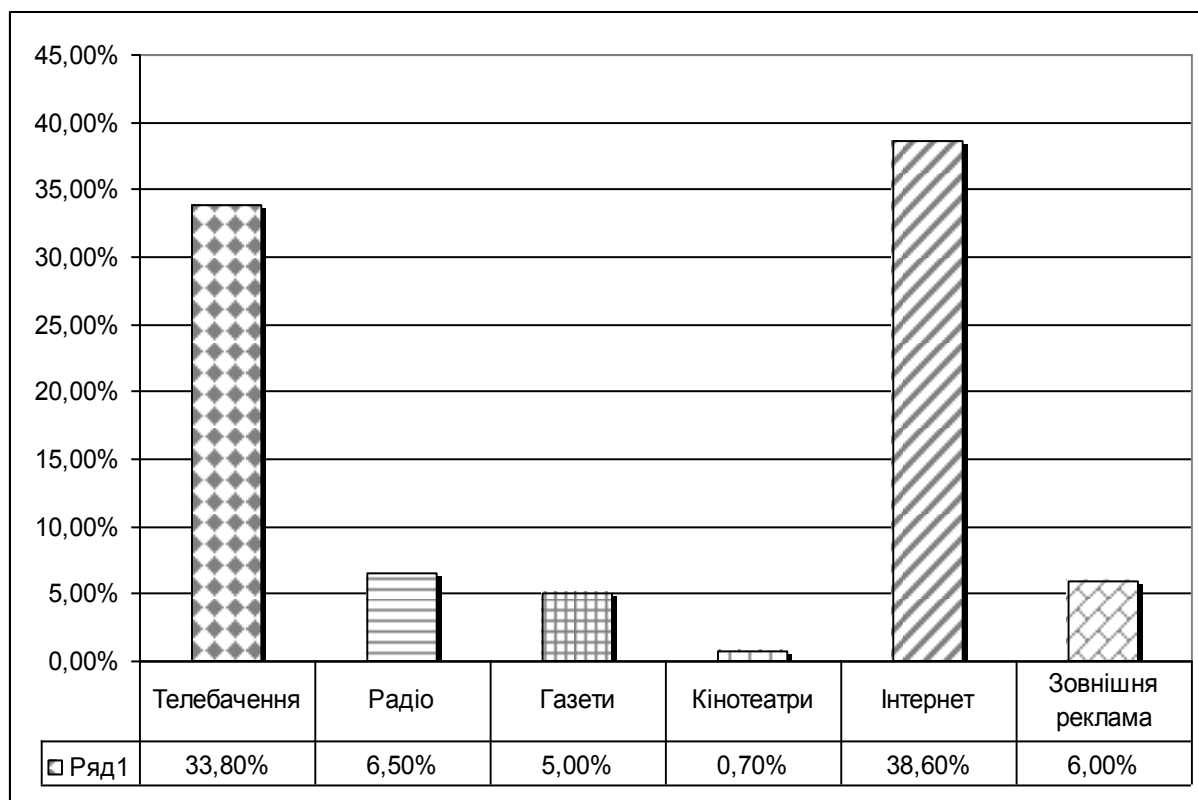


Рис. 1. Розподіл світового бюджету між різними медіа в 2017 році [2]

З рис. 1 бачимо, що найбільші відрахування з бюджету отримують сегменти інтернет (38,6%) та телебачення (33,8%), найменші – кінотеатри (0,7%) та газети (5%). Це свідчить про те, що підприємства вкладають свій капітал в розвиток більш перспективних галузей і на разі майбутнє за інтернетом. Вже зараз більшість підприємств переносять свою діяльність саме туди, з'являється все більше інтернет-магазинів, ресурсів, та сторінок підприємств в соціальних мережах.

Розглянемо частки інтернет-ринку соціальних мереж в Україні за березень 2018 року, за даними Statcounter (рис. 2). Перше місце в світі і в Україні посідає Facebook (55,87%) [3].

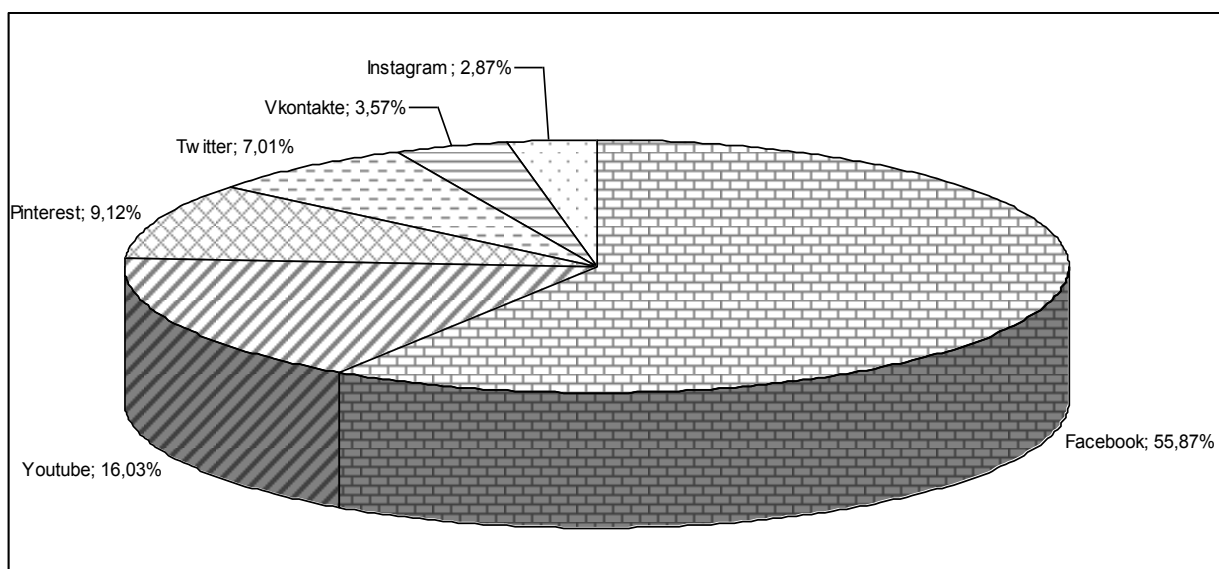


Рис. 2. Частки інтернет-ринку соціальних мереж в Україні за березень 2018-го року

Дані свідчать, що наразі найперспективнішими платформами для ведення бізнесу через соціальні мережі є Facebook та Youtube.

Вважаємо, що подальший розвиток SMM буде набувати все більших форм з розвитком технологій та веденням інновацій. Традиційні магазини поступово відійдуть у минуле, і з часом всі підприємства перейдуть до ведення бізнесу через інтернет-ресурси. Сфера інтернет-маркетингу, в особливості SMM, стрімко набуває розвитку в Україні і є однією з найперспективніших галузей на найближчі роки, стрімко залишаючи позаду себе телевізійну і зовнішню рекламу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вікіпедія / Інтернет в Україні – Wikipedia 2001-2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.wikipedia.org
2. Детектор медіа / Світовий рекламний ринок зміцнюється, незважаючи на Brexit – прогноз Zenith – Інтернет-видання «Детектор медіа» — watchdog українських ЗМІ, 2016-2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.detector.media
3. Social Media Stats [Електронний ресурс] / Social Media Stats in Ukraine – March 2018 – StatCounter, 1999-2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.statcounter.com.