

Чайківська О.І.

ст. гр. ЕЕП-31

Науковий керівник: к.е.н., доцент Окрепкий Р.Б.

Тернопільський національний економічний університет

СУЧАСНІ ФОРМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Новим кроком у розвитку маркетингу в останні роки є виникнення і розповсюдження глобальної інформаційної мережі Інтернет. За рахунок збільшення інформаційних ресурсів та числа користувачів Інтернет-мережі прогресує її вплив на маркетингову діяльність підприємств та на уподобання та потреби споживачів.

Завдяки розповсюдженню мережі Інтернет та використанню її для продажу товарів та послуг виникла електронна комерція. З розвитком електронної комерції та популяризації Інтернет-мережі виник електронний бізнес.

Впродовж останніх років Інтернет є новою платформою для ведення бізнесу, завдяки його інтенсивному розвитку з'являються нові перспективи та можливості для ведення бізнесу підприємствами та фірмами [1]. Більшість комерційних організацій використовують Інтернет для пошуку нових клієнтів та збільшення обсягів продаж.

Інтернет спричинив розвиток новітніх видів засобів масової інформації, існування яких тісно пов'язано із всесвітньою мережею. Новітні медіа, зокрема, включають у себе різноманітні блоги (тематичні та особисті щоденники, у яких увесь контент генерується користувачами), сайти (мережеві ресурси, що складаються з комплексу веб-сторінок, контент яких присвячений певній тематиці), віртуальні журнали (вид новітніх медіа, що найбільше нагадує традиційні журнали) тощо [2].

Завдяки тому, що соціальні мережі надають можливість вирішувати різноманітні завдання маркетингу, такі як продажі, брендинг, PR-завдання та інше, можна вважати, що з точки зору маркетингу, соціальні мережі – це універсальне середовище маркетингової діяльності фірми. Окрім цих можливостей фірми можуть використовувати соціальні мережі як окремий канал продажів своєї продукції.[3]

Інтернет-маркетинг сьогодні є одним з найперспективніших напрямів розвитку в Україні. Незважаючи на економічні кризи, різні зовнішні та внутрішні перешкоди, ця сфера активно розвивається в Україні, але недостатньо.

Організація електронного бізнесу та використання Інтернет-маркетингу надає можливість підприємствам значно збільшити ефективність їхньої діяльності, адже дозволяє зменшити комунікаційні витрати, чисельність персоналу, обсяг вихідної та вхідної документації. Завдяки використанню

Інтернет-маркетингу зменшується час організації різноманітних операцій, є можливість швидкого та точного отримання потрібної інформації про клієнтів, попит, конкурентів і т. п. Іншою перевагою ведення електронного бізнесу є швидке та точне отримання фінансових розрахунків. Електронна комерція сприяє розвитку дрібних фірм, оскільки створює рівні умови для змагання між великими та малими фірмами. Успіх бізнесу у Інтернет-мережі визначається асортиментом продукції, її якістю, цінами та вибором способу просування свого бренду. Правильно обраний вид реклами сприяє збільшенню клієнтської бази, впізнаваності бренду та зростанню його популярності.

Ведення або використання блогерської діяльності надає можливість підприємствам та фірмам ефективніше використовувати усі ресурси Інтернет-мережі. Таким ресурсом є здійснення маркетингових досліджень вподобань та потреб клієнтів, конкурентів, ринку нових каналів збуту продукції. Також використання Інтернет-мережі надає можливість автоматизувати процеси купівлі-продажу та інформування клієнтів та збільшує ефективність взаємодії покупця та продавця [4]

На прикладі соціальної мережі Instagram можна побачити Інтернет-маркетинг у дії. З боку покупців товарів – це широкий вибір продукції, брендів, продавців і т.п.. З боку продавців товарів – пошук нових клієнтів, збільшення впізнаваності бренду, розширення своїх можливостей, наявність нових рекламних напрямів. З боку продавців рекламних послуг – заробіток у соціальних мережах, співпраця з брендами, створення та просування власного бренду. Окрім цього соціальна мережа Instagram допомагає здійснювати маркетингові дослідження щодо клієнтської бази, її вікової і статевої структури, місця розташування та активності. За допомогою такої інформації можна обирати відповідні методи просування бренду й бачити наслідки цих дій.

Отже, сучасний маркетинг базується на швидкому, гнучкому плануванні нововведень, адже розвиток маркетингу є швидким процесом. Саме тому компанії, які застосовують новітні форми та методи просування бренду, дослідження клієнтської бази, її вподобань, а також дослідження ринку, матимуть від цього позитивні наслідки. Адже компанії які використовують Інтернет-маркетинг збільшують свою клієнтську базу, а отже мають більший прибуток від своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес. URL : <http://nmc-pto.lg.ua>
2. Люлько А.О. Порівняльний аналіз становлення та розвитку новітніх медіа в США та Україні. URL : <http://msj.ukma.edu.ua>
3. Романишин С.Б., Греськів І.Р. Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах URL : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>
4. Кафлевська С.Г. Мандрю А.І. Блогерство як один з найсучасніших видів інтернет-маркетингу URL : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>