

МАРКЕТИНГОВІ ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Косенко О.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Соціальні мережі – це не лише інструмент комунікації, а й потужна маркетингова платформа, що змінює підходи до просування товарів і послуг. У сучасному інформаційному суспільстві маркетингові стратегії все більше орієнтовані на соціальні платформи, де формується громадська думка, стиль життя та споживацькі тенденції.

Соціальні мережі виконують низку маркетингових функцій: просування бренду через візуальний і відеоконтент; цільова реклама з використанням алгоритмів аналізу поведінки користувачів; побудова лояльності до бренду через інтерактивну взаємодію; інфлюенсер-маркетинг – співпраця з лідерами думок для підвищення довіри; аналіз зворотного зв'язку та поведінки аудиторії.

У найближчі роки виділяються такі ключові перспективи: штучний інтелект і аналітика – автоматизація кампаній, прогнозування поведінки; короткі відео (shorts, reels) – максимальна увага аудиторії за мінімальний час; електронна комерція всередині соцмереж – продаж безпосередньо через Instagram, TikTok, Facebook; AR і VR-технології – створення імерсивного досвіду користувача; Персоналізація контенту – маркетинг, який "говорить" мовою користувача.

Переваги соціальних мереж у маркетингу: широке охоплення аудиторії; низькі витрати на запуск кампаній; гнучкість форматів і швидке коригування стратегії.

Основні виклики: перевантаження інформацією; зміна алгоритмів відображення контенту; етичні питання використання особистих даних.

Соціальні мережі продовжують трансформувати маркетингове середовище. Їхній вплив зростає паралельно зі зміною цифрових звичок споживачів. Успішні компанії ті, які вміють адаптуватися до нових платформ, взаємодіяти з аудиторією та створювати цінність у кожному дописі.

Література:

1. Перерва, П.Г. Інноваційні технології реструктуризації промислового підприємства. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей VIII Міжнар. науково-практ. конф., 25-26 вересня 2014 р. Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2014. С. 119-121.

2. Витвицька О.Д. Особливості формування механізму регулювання інвестування інновацій в сучасних умовах // Науковий вісник НУБіПУ. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2013. Вип. 181(4). С. 85-90.

3. Shpak N., Vytvytska O., Martynyuk O., Kylaec M., Sroka W., (2022). Formation of management and technological maturity levels of enterprises for their dynamic development. Engineering Management in Production and Services, 14(3), 1-12.

4. Бажал Ю.М. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посібник. Київ: Пульсари, 2015. 278 с.

5. Бузовський Є.А., Витвицька О.Д., Скрипниченко В.А. Нетрадиційні джерела енергії - вимоги часу. Науковий вісник НУБіПУ, 2008. Вип. 119. С. 289-294.