

НИЧАЙ С. О.,

студентка 2 курсу,

факультету міжнародної торгівлі та права,

Київський Національний торговельно-економічний університет

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ЇХ РОЛЬ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

В сьогоденнішніх реаліях соціальні мережі відіграють значну роль в просуванні інтернет-магазинів, стимулюванні збуту товарів, що представлені в них та залученню нових покупців.

Найпопулярнішим серед всіх соціальних мереж є Facebook, аудиторія якого нараховує близько 3 млрд. осіб. Facebook завжди намагається «підключити вас» до того, що ви любите. Facebook надає можливість бізнесу створювати найрізноманітнішу рекламу: розсилка повідомлень в Messenger, залучення потенційних покупців на сайт або сторінку в соціальній мережі, реклама підприємств сфери офлайн та багато іншого. Наступним в топі є YouTube, місце де кожна годину програється незчисленна кількість відео. Ця платформа стала незамінною частиною сучасного життя, а отже і місцем боротьби за увагу користувачів. Для реалізацій своїх товарів чи послуг вам потрібно лише створити канал та почати знімати цікавий контент, щоб зацікавити та переконати вашу аудиторію виконати цільові дії. Електронна комерція Instagram – це поєднання маркетингу та продажу товарів. Бренди створюють свої бізнес-профілі в Instagram, розширюють базу підписників і просувають товари та послуги за допомогою різноманітного контенту та типів реклами.

Щодо форм організації електронної торгівлі, як один із найпростіших прикладів можна навести електронну вітрину, характерною рисою якої є роздрібна торгівля в сегменті B2C. Вона може мати самостійний характер або виступати складовою частиною Інтернет-магазину. Електронна вітрина являє собою сайт, на якому покупці можуть переглянути каталог товарів та обрати щось для себе. Задача цієї сторінки – попередній збір замовлень для подальшої обробки в реальному часі.

Інтернет-вітрина є лише інструментом для залучення клієнтів. Завершити цикл купівлі-продажу можна тільки завдяки Інтернет-магазину.

Розглянемо позитивні та негативні сторони ведення бізнесу онлайн з використанням соціальних мереж (табл.1).

Таблиця 1

Позитивні та негативні сторони використання соціальних мереж в електронній комерції

Позитивні сторони	Негативні сторони
1) Велика аудиторія 2) Використання таргетової реклами дозволяє визначити цільову аудиторію, через яку можна залучати нових клієнтів 3) Корисні зв'язки: можливість налагоджувати відносини по всьому світу 4) Свобода доступу та часу 5) Бізнес підходить для людей, які планують працювати на себе 6) Мінімальний стартовий капітал 7) Збільшення прибутку при правильному використанні всіх можливостей соціальних мереж 8) Зручна логістика 9) Збільшення свого впливу у галузі	1) Нестабільний прибуток: іноді зустрічаються підйоми і спади рівня доходу 2) Ненормований робочий день 3) Високі витрати на оптимізацію: оновлення комп'ютерів, навчання персоналу та оновлення сайтів 4) Складність набору аудиторії 5) Сторінка залежить від соціальної мережі, в якій вона створена і в будь-який момент модератори можуть її заблокувати 6) Обмеження в плані налаштувань і зовнішнього вигляду 7) Велика конкуренція 8) Дорога реклама

Соціальні мережі мають як позитивні, так і негативні сторони в розрізі роботи в інтересах підприємств електронної торгівлі. Вони стимулюють розвиток бізнес-проектів, створюють нову клієнтську базу, водночас зменшують витрати на рекламні кампанії, а рейтинг у пошукових системах тільки зростає. А це все разом є важливим для формування бізнесу в цілому.

Отже, на сьогоднішній день соціальні мережі це не тільки місце, де люди спілкуються, обмінюються повідомленнями чи постять фотографії. Це неймовірний майданчик для створення свого бізнес-проекту. Проте не всі соціальні мережі надають інструменти для створення оголошень, карток товару, здійснення чіткої взаємодії при здійсненні покупки, але ті зрушення, що вже відбулися (Інстаграм- та Facebook-магазини) показують напрямок подальших перспектив. Аудиторія постійно росте, а значить і

кількість онлайн покупок теж ростиме, тим самим даючи неймовірний поштовх електронній торгівлі.

Проаналізувавши позитивні та негативні сторони залучення бізнесу до соціальних мереж, можна з повною впевненістю заявити, що соціальні мережі – це майбутнє електронної торгівлі. Цей інструмент зручний тим, що поріг входу значно нижчий, чим будь-де. Інтернет-торгівля може бути навіть дуже прибутковою, тож Інтернет-вітрина це гарний вибір для додаткового або основного доходу. Якщо ж ви власник великої компанії, за допомогою соціальних мереж ви можете підвищити популярність бренду, збільшити трафік на сторонні ресурси (інтернет-магазин, сторінку продавця на маркетплейсі), підвищити обсяги продажу та лояльність клієнтів. Головне, що дають соціальні мережі – це можливість йти в ногу з часом та залишатися в тренді, адже більшість молоді витрачає там багато часу.

Список літератури: [1] Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [2] Introducing Facebook Shops: Helping Small Businesses Sell Online [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://about.fb.com/news/2020/05/introducing-facebook-shops/> [3] Pros and Cons of Social Commerce [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.wakeupdata.com/blog/5-pros-and-cons-of-social-commerce> [4] What is Instagram eCommerce: Complete Guide [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://sendpulse-com.translate.google.com/support/glossary/instagram-ecommerce? x tr sl=en& x tr tl=uk& x tr hl=uk& x tr pto=nui.sc>