

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-375-0-9>

**PERSPECTIVES OF USING THE FACEBOOK NETWORK  
FOR SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)  
ENTERPRISES OF UKRAINE**

**ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ FACEBOOK  
ДЛЯ СОЦІАЛЬНОГО МЕДІАМАРКЕТИНГУ (SMM)  
ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ**

**Shevchenko I. B.**

*Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor at the Department  
of Publishing and Editing  
National Technical University  
of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv  
Polytechnic Institute"  
Kyiv, Ukraine*

**Шевченко І. Б.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри видавничої справи  
та редагування  
Національний технічний університет  
України «Київський політехнічний  
інститут імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна*

Соціальні мережі стали важливим каналом для реклами, і їхній внесок у загальну кількість рекламних витрат значно зріс. У країнах з високим ступенем цифровізації та широким використанням соціальних мереж, таких як Сполучені Штати, Канада, країни Європейського союзу, частка SMM може бути значною. Зокрема, реклама у Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та інших платформах займає велику частку рекламного ринку.

На початок жовтня 2023 року кількість активних користувачів соціальних мереж за рік зросла на 4,5% і склала 4,95 млрд., що становить 61,4% населення світу [2]. Середній час їх перебування становить близько 2,5 години, що становить 35,9% від загального часу, проведеного в Інтернеті [2].

Facebook – найбільша мережа, де представлені практично всі вікові групи людей. Це означає, що потенційно будь-яка цільова аудиторія, буквально будь-який вік, який вам потрібен, доступний на цій соціальній платформі. На кінець II кварталу 2023 року мережа Facebook налічувала близько 3,03 млрд. облікових записів, тобто 37,6% світового населення зареєстровані та користуються цією мережею [2]. Для контексту ці цифри свідчать про те, що 37,6 відсотка всього населення світу щомісяця користується Facebook. Однак, якщо врахувати, що платформа залишається заблокованою в Китаї, тому, мабуть, доцільно уточнити, що 59,6% аудиторії, яка може користуватися Facebook, уже це роблять. На кінець квітня 2023 року розмір глобальної рекламної аудиторії мережа

Facebook налічувала 2,249 млрд. осіб [3]. Статистичні дані свідчать, що на цю платформу припадає близько 2/3 органічного реферального трафіку на сайти компаній. З червня по серпень 2023 року кількість рекламних публікацій із посиланнями на сайт продажів товарів становила 49,2% від загальної кількості публікацій [2]. У Facebook успіх може призвести як до просування особистого профілю, наприклад, для фрілансерів, письменників, консультантів, так і публічних сторінок компаній. Друзі та підписники також легше набрати в Facebook, ніж в інших соціальних мережах. Користувачі тут частіше приймають заявки та підписуються на цікаві групи, якщо їм надсилають запрошення. Проте спам в особисті повідомлення твердо карається з боку модераторів.

Facebook дозволяє тестувати рекламні кампанії навіть при обмеженому бюджеті. Продавати більш дорогі товари в Facebook набагато простіше, ніж в інших соціальних мережах, наприклад, в Instagram, оскільки базу аудиторії становлять міські мешканці віком 30–45 років.

В Україні загальна кількість користувачів Інтернету на початок 2023 року склала 28,57 млн. осіб, що складає приблизно 79,2% населення. З них 93,5% використовують хоча б одну платформу соціальних мереж. В соціальних мережах зареєстровано 26,7 млн. користувачів, або 74% населення [1].

Рекламний ринок України пережив непрості часи. 24 лютого 2022 року більшість рекламних компаній припинили надавати свої послуги. Але вже з осені 2022 року вони почали відновлювати свою діяльність і ми можемо спостерігати зараз значне поживлення діяльності у рекламній сфері. Про це свідчать наступні цифри.

Як зазначає генеральний директор Всеукраїнської рекламної коаліції Максим Лазебник у щорічному звіті, опублікованому на офіційному сайті ВРК, об'єм рекламного ринку у 2022 році склав 12,2 млрд. грн, що менше ніж у 2021 році на 63%. Обсяг Інтернет реклами 7,2 млрд. (-42% до попереднього року). Доля Інтернет реклами у загальному обсязі рекламно-комунікаційного ринку становить 59%. Вартість SMM – 420 млн. грн. (-50% до попереднього року)[5]. Спостерігається досить значне скорочення ринку реклами, проте прогнози опубліковані ВРК досить оптимістичні. За прогнозом, загальний обсяг рекламного ринку у цьому році зросте на 64% до 20,1 млрд. грн. Обсяг Інтернет реклами на 75,6% до 12,6 млрд. гривень. Для SMM прогнози більш песимістичні, передбачають зростання всього лиш на 30% до 512 млн. гривень [4]. В структурі Інтернет реклами SMM займав 6% у 2022 році, і, за прогнозом, буде займати 4% в 2023 році. Вважаємо, що бізнес розуміє значення соціальних мереж у житті споживачів і ринок SMM послуг буде зростати більш стрімко.

На початку року Facebook в Україні мав 12,85 млн. облікових записів. Цифри, опубліковані у власних інструментах Meta, показують, що потенційне охоплення реклами Facebook в Україні зменшилося на 2,6 млн. користувачів (-16,8%) між 2022 і 2023 роками, тобто зменшилась на 550 тис. (-4,1%) з жовтня 2022 року по січень 2023 року.

Охоплення реклами Facebook в Україні на початку 2023 року становило 35,6 відсотка населення. Проте, якщо врахувати що платформа обмежує використання особам, що не мають 13 років, то отримуємо 40,9% дорослої аудиторії користується Facebook у 2023 році. З них охоплено рекламою Facebook 45% користувачів (дані за січень 2023 року [1]).

Отже, можна зробити висновок, використання Facebook має значний потенціал. Сторінка на Facebook – візитівка бізнесу в соціальному світі. Її створення дозволить українським компаніям взаємодіяти з клієнтами, ділитись актуальною інформацією, таргетувати рекламу на різні аудиторії, створити онлайн-магазин та здійснювати продажі прямо на платформі Facebook. Це прекрасна можливість привернути увагу не тільки локальної, але і глобальної аудиторії. При цьому слід враховувати, що для успішного просування товарів та збільшення лояльності до бренду необхідно створити ефективну стратегію маркетингу, знати свою цільову аудиторію, адаптуватися до змін в поведінці своїх споживачів та вивчати тенденції ринку.

### **Література:**

1. Kemp Simon. DIGITAL 2023: UKRAINE. Report DATAREPORTAL. URL: <https://datareportal.com/reports?author=5576cd58e4b0ba7a870b77fc> (дата звернення 26.11.2023)
2. Kemp Simon. DIGITAL2023 OCTOBER GLOBAL STATSHOT REPORT. Report DATAREPORTAL. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot> (дата звернення 26.11.2023)
3. Kemp Simon. Essential Facebook statistics and trends for 2023. Report DATAREPORTAL. URL: <https://datareportal.com/essential-facebook-stats> (дата звернення 26.11.2023)
4. ВРК оновлює свій прогноз щодо обсягів рекламного ринку 2023 URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2023/updated-market-volume-2023.html> (дата звернення 26.11.2023)
5. Лазебник М. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2022. URL: <https://vrk.org.ua/images/AdVolume2022.pdf> Лазебник (дата звернення 26.11.2023)