

ПРОТОКОЛ № 6
засідання *студентського наукового гуртка*
«Економіка та розвиток підприємництва і біржової торгівлі»
кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі

10 лютого 2026 року

ПРИСУТНІ: керівник гуртка, к.е.н., с.н.с. Руда Т., члени студентського наукового гуртка

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Digital-маркетинг: соціальні мережі, контекстна реклама, SEO.

Доповідач: керівник студентського наукового гуртка, к.е.н., с.н.с. Руда Т., члени наукового гуртка.

СЛУХАЛИ:

1. Керівника наукового студентського гуртка, к.е.н., с.н.с. Руду Т. про особливості застосування Digital-маркетинг в торговельній діяльності. Доповідачка зазначила, що Digital-маркетинг є важливою складовою сучасної підприємницької діяльності, оскільки дає змогу компаніям просувати товари та послуги за допомогою цифрових технологій і мережі Інтернет. У сучасних умовах споживачі значну частину інформації отримують онлайн, тому підприємства активно використовують соціальні мережі, контекстну рекламу, пошукову оптимізацію та інші цифрові інструменти для залучення клієнтів.

Digital-маркетинг - це комплекс маркетингових заходів, спрямованих на просування товарів, послуг або бренду через цифрові канали. Його основною метою є привернення уваги потенційних клієнтів, формування довіри до бренду, збільшення продажів та підтримання довгострокових відносин із покупцями. На відміну від традиційної реклами, цифровий маркетинг дозволяє точніше визначати цільову аудиторію та аналізувати результати рекламних кампаній.

Заболотна С. відмітила, що одним із найпопулярніших інструментів digital-маркетингу є соціальні мережі. Платформи на кшталт Instagram, Facebook, TikTok та YouTube дають підприємствам можливість безпосередньо спілкуватися зі споживачами, демонструвати продукцію, публікувати корисний контент та формувати імідж бренду. Соціальні мережі особливо важливі для малого та середнього бізнесу, оскільки дозволяють просувати продукцію без значних витрат на традиційну рекламу.

Ефективність просування в соціальних мережах значною мірою залежить від якості контенту. Підприємства використовують фотографії, відео, короткі ролики, інформаційні публікації, відгуки клієнтів та прямі трансляції. Важливо не лише рекламувати товар, а й створювати контент, який відповідає інтересам аудиторії. Регулярна комунікація допомагає формувати лояльність споживачів та підвищувати впізнаваність бренду.

Іншим важливим інструментом є контекстна реклама. Це реклама, яка показується користувачам відповідно до їхніх пошукових запитів або інтересів. Наприклад, людина, яка шукає в Інтернеті певний товар, може побачити рекламну пропозицію магазину. Перевагою контекстної реклами є можливість звертатися саме до тих користувачів, які вже зацікавлені у певному продукті або послугі.

Контекстна реклама дозволяє підприємству контролювати рекламний бюджет та оцінювати результати кампанії. Можна визначати кількість переходів на сайт, вартість реклами, кількість заявок або покупок. Це дає можливість швидко змінювати рекламну кампанію та спрямовувати кошти на найбільш ефективні оголошення.

Важливим напрямом digital-маркетингу є SEO - пошукова оптимізація сайту. SEO передбачає комплекс заходів, спрямованих на підвищення позицій вебсайту в результатах пошукових систем. Чим вище сайт розташований у пошуковій видачі за відповідними запитами, тим більше потенційних клієнтів можуть його відвідати.

Для ефективного SEO необхідно створювати якісний та корисний контент, правильно використовувати ключові слова, оптимізувати структуру сайту, підвищувати швидкість його роботи та забезпечувати зручність використання на мобільних пристроях. Пошукова оптимізація є довгостроковим інструментом, результати якого можуть накопичуватися поступово.

Перунський Н. зазначив, що важливою перевагою digital-маркетингу є можливість аналізувати поведінку споживачів. За допомогою спеціальних аналітичних інструментів підприємство може визначити, звідки користувачі переходять на сайт, які сторінки переглядають, скільки часу проводять на сайті та які дії виконують. На основі цих даних маркетологи можуть удосконалювати рекламні кампанії та підвищувати їхню ефективність.

Digital-маркетинг має особливе значення для електронної комерції. Онлайн-магазини можуть поєднувати соціальні мережі, контекстну рекламу та SEO для залучення клієнтів. Наприклад, користувач може побачити товар у соціальній мережі, перейти на сайт через рекламне оголошення, а згодом повернутися до магазину через пошукову систему та здійснити покупку.

Водночас цифровий маркетинг має певні проблеми. Висока конкуренція в Інтернеті змушує підприємства постійно вдосконалювати рекламні стратегії. Крім того, змінюються алгоритми соціальних мереж і пошукових систем, зростає вартість реклами, а споживачі стають більш вимогливими до якості контенту. Тому компаніям необхідно регулярно аналізувати ринок та адаптувати свої маркетингові інструменти.

Руда Т. також відмітила, що для українського бізнесу застосування digital-маркетингу є особливо важливим, оскільки дозволяє працювати з клієнтами в різних регіонах та виходити на міжнародні ринки. Навіть невелике підприємство може створити сайт, сторінки в соціальних мережах та рекламні кампанії й таким чином залучати клієнтів не лише в Україні, а й за кордоном.

Отже, digital-маркетинг є одним із ключових інструментів сучасного бізнесу. Соціальні мережі допомагають формувати взаємодію з аудиторією та популяризувати бренд, контекстна реклама дозволяє швидко залучати зацікавлених клієнтів, а SEO забезпечує довгострокове збільшення органічного трафіку на сайт. Поєднання цих інструментів дає підприємствам можливість ефективніше просувати свою продукцію, збільшувати продажі та зміцнювати конкурентні позиції на сучасному ринку.

УХВАЛИЛИ:

1) прийняти до відома та враховувати отриману інформацію під час написання наукових публікацій.

Керівник наукового студентського гуртка



Тетяна РУДА