

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.27-7>

### МІСЦЕ ПЛАТФОРМИ ТІКТОК В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ УКРАЇНИ

### THE PLACE OF THE TIK TOK PLATFORM IN MARKETING ACTIVITIES ON THE UKRAINIAN MARKET

**Благу́н І.І.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту і маркетингу,  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника»

**Шурпа С.Я.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту і маркетингу,  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника»

**Blahun Ivan**

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

**Shurpa Svitlana**

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

*У статті розглянуто платформу TikTok, її місце в маркетинговій діяльності на ринку України. Особливу увагу акцентовано на функціонуванні платформи в реаліях українського ринку. Визначено її місце у світі серед інших соціальних мереж. Окреслено кількість користувачів, які користуються соціальними платформами. На основі проаналізованих джерел розроблено рейтинг використання соціальних платформ за кількістю користувачів в Україні. Здійснено порівняння темпів росту користувачів платформи TikTok у світі з темпом росту користувачів платформи в Україні. Розраховано середньорічний абсолютний приріст користувачів. На основі проаналізованих джерел та проведеного дослідження здійснено порівняльну характеристику використання соціальних мереж за певними параметрами в Україні. За параметром «основна аудиторія» було відібрано певний вид аудиторії під певну соціальну мережу.*

**Ключові слова:** TikTok, платформа, соціальна мережа, параметр, аудиторія.

*В статье рассмотрена платформа TikTok, ее место в маркетинговой деятельности на рынке Украины. Особое внимание акцентировано на функционировании платформы в реалиях украинского рынка. Определено ее место в мире среди других социальных сетей. Определено количество пользователей, которые пользуются социальными платформами. На основе проанализированных источников разработан рейтинг использования социальных платформ по количеству пользователей в Украине. Рассчитан среднегодовой абсолютный прирост пользователей. Проведено сравнение темпов роста пользователей платформы TikTok в мире с темпом роста пользователей платформы в Украине. На основе проанализированных источников и проведенного исследования осуществлена сравнительная характеристика использования социальных сетей по определенным параметрам в Украине. По параметру «основная аудитория» отобран определенный вид аудитории под определенную социальную сеть.*

**Ключевые слова:** TikTok, платформа, социальная сеть, параметр, аудитория.

*The article aims to highlight important issues related to the development of the social network Tik Tok in Ukraine. Tik Tok is one of the rapidly developing platforms in Ukraine and in the world. The study of this platform in Ukraine has not received due attention. More and more companies are facing various challenges such as economic, social*

*crises, pandemics and others. Their activities are directed to the Internet plane. An important step in the formation of marketing strategies can be the choice of social network when promoting the product. These networks will be included in the communication strategy of the enterprise. When forming the communication policy of the enterprise, a content strategy will be developed, which can be formed on the basis of certain parameters or comparative characteristics of social networks. An important aspect in the formation of such a strategy is to understand the performance of the social network. The Tik Tok platform, its place in marketing activities on the Ukrainian market is considered. Particular attention is paid to the functioning of the platform in the realities of the Ukrainian market. Its place in the world among other social networks has been determined. The number of users who use social platforms is outlined. Based on the analyzed sources, a rating of the use of social platforms by the number of users in Ukraine was developed. The growth rate of Tik Tok users in the world is compared with the growth rate of platform users in Ukraine. The companies pay a lot of attention to the formation of the target portrait of the consumer when choosing a certain social platform for communications. This will be facilitated by an overview, or a certain identification of social network users, namely, how many users use the Tik Tok platform, how much time the user is willing to spend on this platform. It will be useful for companies to know the age of users and be able to compare them with the age of users of other platforms. Thus, the article not only fills the gap concerning research aimed at analyzing, systematizing approaches to choice, social networks. It also provides a vector for research in terms of selecting specific platforms for product promotion.*

**Key words:** Tik Tok, platform, social network, parameter, audience.

**Постановка проблеми.** Глобалізація у світі відбувається шаленими темпами. Кожного року світ стикається з новими викликами, такими як економічні кризи, пандемії, стихійні лиха та ін. Маркетинг переходить на новий рівень, і з'являється все більше можливостей для просування товарів. Велика кількість соціальних мереж захоплює все нові й нові ринки користувачів.

Однією з них є платформа TikTok, яка потребує особливої уваги. У сучасних умовах під час планування маркетингової компанії підприємства акцентують велику увагу на соціальних мережах. Винятком не стали і підприємства України. Наше географічне положення дає нам змогу бути учасником новітніх процесів діджиталізації і брати участь у розробленні маркетингових стратегій, ураховуючи, що платформи мають велику популярність як на Заході, так і на Сході. Важливим науковим завданням є дослідження функціонування кожної із цих платформ та їхнього місця в загальній сукупності. Підприємства в Україні під час планування маркетингових стратегій повинні чітко розуміти місце TikTok на ринку України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Усе більше наукових праць присвячується вивченню Інтернет-маркетингу, соціальним мережам й Інтернет-платформам. Платформа TikTok викликає зацікавленість як закордонних, так і вітчизняних учених. Xu, Li, Xiaohui Yan, Zhengwu Zhang досліджують причини популярності TikTok та існуючі проблеми; Choudhary, Nilam, Chitra Gautam and Vivek Arya у своїх працях розглядають цифрові виклики та досліджують перехід користувачів на нові платформи комунікації; вітчизняні вчені І.В. Пономаренко, В. Пирог, О.І. Рибіна досліджують особливості функціонування платформ TikTok.

**Постановка завдання.** Мета статті – розглянути особливості розвитку та функціонування соціальної мережі TikTok у сучасних умовах, визначити місце і платформи з-поміж інших

платформ на ринку України, проаналізувати охоплення населення даною мережею і перспективи її росту, розрахувати середньорічний абсолютний приріст користувачів, визначити конкурентні позиції TikTok серед інших платформ.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливою передумовою для огляду соціальних мереж є етапи їх створення, їх належність та їх функціонал. TikTok, відомий у Китаї як Douyin, є китайською службою соціальних мереж для обміну відео, що належить ByteDance [1]. Платформа соціальних медіа використовується для створення різноманітних короткоформатних відеороликів, таких як танці, комедія та освіта, тривалістю від 3 до 60 секунд [2]. У світі представлено велике різноманіття різних платформ і соціальних мереж, кожна з них займає певний сегмент. Згідно з даними Internet World Stats [4], число користувачів Інтернету у світі перевищує 4 млрд осіб. Щодо соціальних мереж, то, згідно з рейтингом DIGITAL – 2020, у загальній сукупності число користувачів соціальних мереж перевищуватиме 15 млрд користувачів, що пояснюється присутністю профілю користувачів одночасно в різних мережах. Це видно з рис. 1, де показано кількість користувачів соціальних платформ у світі.

Лідуючі позиції займають такі соціальні мережі, як Facebook, Youtube, Whatsapp, Fb messenger, Weixin/Wechat, Instagram, Douyin/TikTok, QQ, Qzone, Sina weibo, Reddit, Snapchat, Twitter, Pinterest, Kuaishou. Можливо, не всі соціальні мережі, представлені у цьому рейтингу, матимуть місце на ринку України або будуть представлені незначною кількістю споживачів. Аналіз останніх досліджень показав, що за популярністю соціальних мереж в Україні можна виділити такі, як Facebook, Youtube, Instagram, TikTok. Якщо розглядати місце соціальної мережі TikTok, то можна чітко побачити, що вона суттєво поступається за кількістю користувачів таким мережам, як Facebook, Instagram, але водночас її ріст за

останні роки дав змогу випередити такі мережі, як LinkedIn і Twitter (рис. 2).

Для вивчення закономірностей динаміки використовується система показників, які характеризують напрям та інтенсивність зміни у часі досліджуваної ознаки.

$$\bar{\Delta} = \frac{\sum \Delta n}{n-1} = \frac{y_n - y_0}{n-1} \quad (1)$$

На основі формули і даних табл. 1 розраховано середньорічний абсолютний приріст користувачів у світі.

Таблиця 1  
Кількості користувачів TikTok у світі, млн осіб

2018	2019	2020
11	27	91

Джерело: складено авторами на основі [5; 7]

2019 р.  $\Delta n = 27 - 11 = 16$ , 2020 р.  $\Delta n = 91 - 27 = 64$ .  
Середньорічний абсолютний приріст дорівнює

$$\bar{\Delta} = \frac{\sum \Delta n}{n-1} = \frac{y_n - y_0}{n-1} = \frac{16 + 64}{2} = \frac{91 - 11}{3 - 1} = 40 \pm 5\%$$

$\pm 5\%$  – середньоквадратичне відхилення кількості користувачів TikTok у світі.

На основі формули і даних з табл. 2 розраховано середньорічний абсолютний приріст користувачів в Україні.

Таблиця 2  
Кількості користувачів TikTok в Україні, млн осіб

2018	2019	2020
10	25	10

Джерело: складено авторами на основі [5; 7]

2019 р.  $\Delta n = 25 - 10 = 15$ , 2020 р.  $\Delta n = 57 - 25 = 32$



Рис. 1. Кількість користувачів соціальних платформ у світі [5]

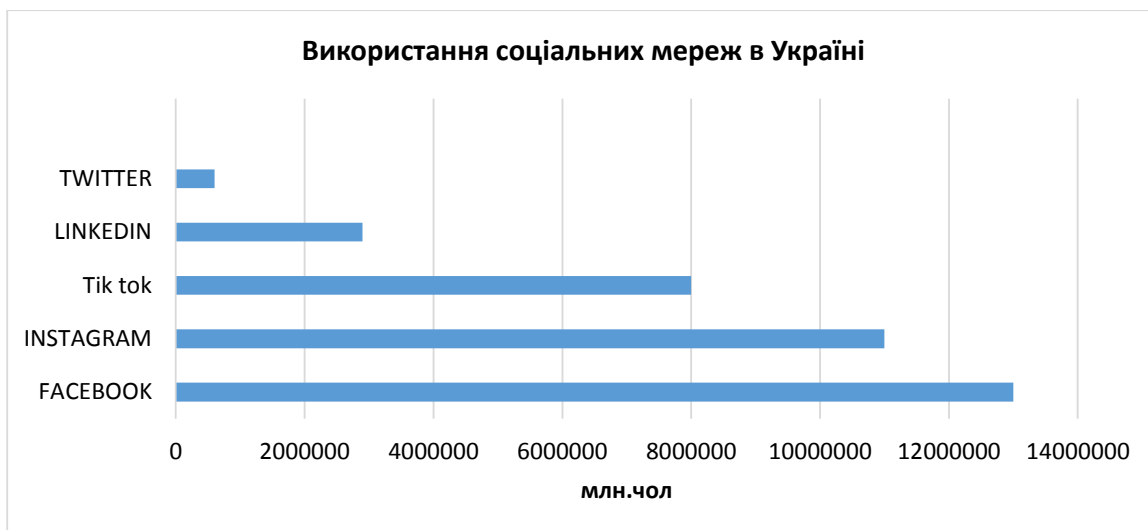


Рис. 2. Місце TikTok в Україні за кількістю користувачів соціальних мереж

Джерело: складено авторами на основі [5]

Середньорічний абсолютний приріст:

$$\bar{\Delta} = \frac{\sum \Delta n}{n-1} = \frac{y_n - y_0}{n-1} = \frac{15 + 32}{2} = \frac{57 - 10}{3-1} = 23,5 \pm 5\%$$

±5% – середньоквадратичне відхилення кількості користувачів TikTok в Україні.

Беручи до уваги розрахунки, можна зробити висновок, що кількість користувачів у світі за три роки зростає майже у дев'ять разів (рис. 3).

В Україні дане явище також мало місце, ріст відбувся більше ніж у п'ять разів.

Велика увага під час роботи із соціальними платформами прикута до їхніх можливостей. Під час просування товару підприємства звертають увагу на такі показники, як чисельність аудиторії, тип, середній час проведення у соціальній мережі (табл. 3).

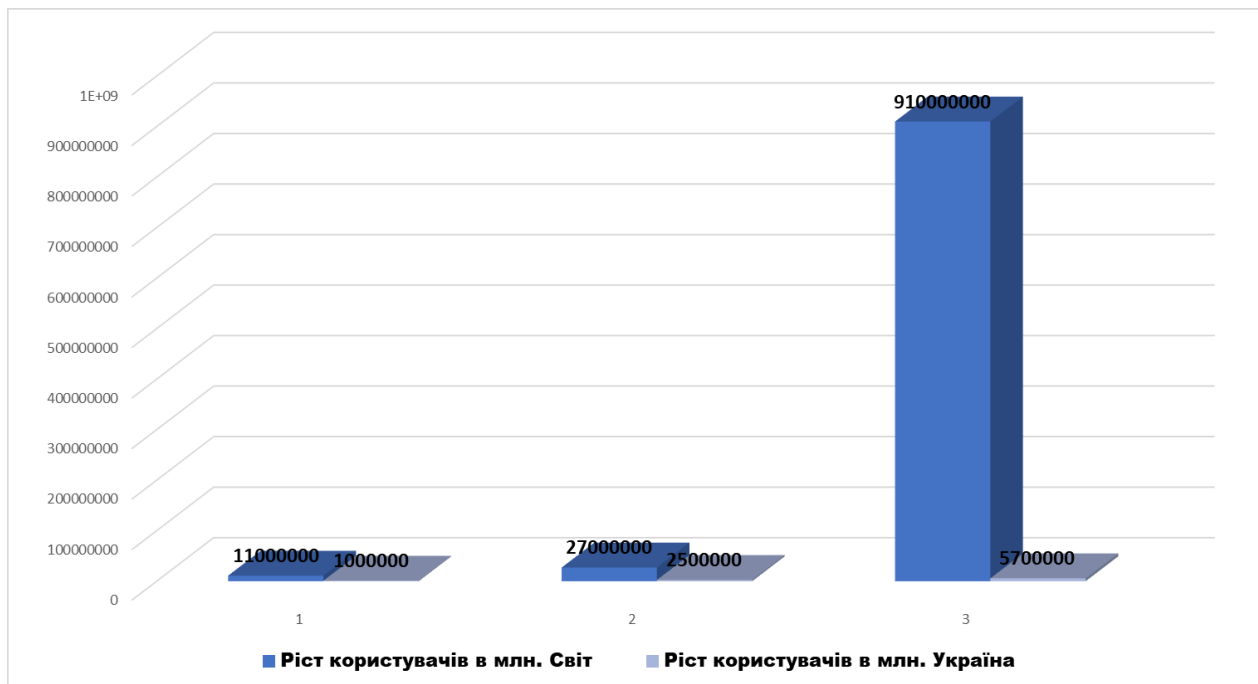


Рис. 3. Темпи росту кількості користувачів TikTok в Україні та світі за останні три роки  
Джерело: складено авторами на основі [5; 6]

Таблиця 3

Порівняльна характеристика соціальних мереж

Назва параметру	Facebook	Instagram	TikTok
Чисельність аудиторії, млн	13	11	8
Основна аудиторія	Покоління X,Y,Z	Покоління Y,Z	покоління Z
Середній час проведення в додатку хвилин на день	37 хвилин	28 хвилин	50 хвилин
Звертання в день до програми кількість разів	8	6	6
Наявність рекламного кабінету	присутній	присутній	присутній
Створення контенту за видами	Інформаційний Розважальний Контент, який продає Навчальний	Інформаційний Розважальний Контент, який продає Навчальний	Інформаційний Розважальний Контент, який продає Навчальний
Формат повідомлення	Фотоповідомлення Відеоповідомлення	Відеоповідомлення 60 секунд із можливістю переходу в IGTV Фото повідомлення	Відеоповідомлення 15 секунд 60 секунд динамічний фотоколаж

Джерело: складено авторами на основі [5; 7]

Порівняльна характеристика дає можливість зрозуміти, що кожна соціальна платформа має свою цільову аудиторію, яка поділена на покоління. Середній час перебування теж має певну специфіку і варіюється від тридцяти хвилин до години. За кількістю звертань до соціальних мереж на добу маємо теж певні відмінності [8]. Аналізуючи джерела, можна зустріти велику різноманітність контенту, яка притаманна тим чи іншим платформам. Також можна виокремити етап із погляду рекламних повідомлень, спільною рисою яких є формування фото- чи відеоповідомлень, відмінностями між мережами є їхня тривалість і формати їхнього завантаження.

**Висновки.** Отже, дослідження соціальних мереж із кожним роком набудуть все більшу

актуальність, це зумовлено тим, що торгівля в Інтернет-площині набирає обертів. Підприємства завжди в пошуку комунікації зі споживачем. Невідомим каналом комунікації виступатимуть соціальні мережі. При цьому все більшої актуальності набудуть дослідження саме тих соціальних мереж, які стрімко розвиваються. TikTok як елемент маркетингової комунікації є невід'ємною частиною завоювання підприємствами як ринку України, так і ринку світу. Проведене дослідження дало змогу встановити місце платформи TikTok з-поміж інших соціальних мереж на ринку України, окреслити темпи росту даної соціальної мережі, сформувати параметри порівняння даної соціальної мережі з іншими соціальними мережами, які функціонують на ринку України.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Isaac Mike U.S. Appeals Injunction Against TikTok Ban. *The New York Times*. ISSN 0362-4331. Retrieved 12 October 2020.
2. Schwedel Heather. A Guide to TikTok for Anyone Who Isn't a Teen. *Slate Magazine*. Archived from the original on 21 March 2020. Retrieved 18 March 2020.
3. Sensor Tower. URL: [https://sensortower.com/ios/US/tiktok-pte-ltd/app/tiktok/835599320/category-rankings?search=&start\\_date=2020-08-31&end\\_date=2020-11-25&countries=UA&category=6016&chart\\_type=free&device=iphone&device=ipad&hourly=false&selected\\_tab=charts&date=2020-11-26](https://sensortower.com/ios/US/tiktok-pte-ltd/app/tiktok/835599320/category-rankings?search=&start_date=2020-08-31&end_date=2020-11-25&countries=UA&category=6016&chart_type=free&device=iphone&device=ipad&hourly=false&selected_tab=charts&date=2020-11-26) (дата звернення: 11.11.2020).
4. Internet World Stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (дата звернення: 15.11.2020).
5. DIGITAL 2020: October global statshot. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot> (дата звернення: 09.11.2020).
6. Наскільки сервіс TikTok популярний в Україні. І як в ньому представлені ритейлери? URL: <https://retailers.ua/uk/news/management/10153-na-skolko-servis-tiktok-populyaren-v-ukraine-i-kak-v-nem-predstavleniyi-riteyleryi> (дата звернення: 08.11.2020).
7. Статистика по Instagram, которую нужно знать к 2020 году. URL: <https://www.likeni.ru/analytics/statistika-po-instagram-kotoruyu-nuzhno-znat-k-2020-godu/> (дата звернення: 12.11.2020).
8. Пономаренко І.В. TikTok-маркетинг. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 36. С. 230–234. URL: <http://market-infr.od.ua/uk/36-2019> (дата звернення: 08.11.2020).

#### REFERENCES:

1. Isaac Mike. U.S. Appeals Injunction Against TikTok Ban. *The New York Times*.
2. Schwedel Heather (4 September 2018). "A Guide to TikTok for Anyone Who Isn't a Teen". *Slate Magazine*. Archived from the original on 21 March 2020. (accessed 18 March 2020).
3. The official site! Sensor Tower. Available at: [https://sensortower.com/ios/US/tiktok-pte-ltd/app/tiktok/835599320/category-rankings?search=&start\\_date=2020-08-31&end\\_date=2020-11-25&countries=UA&category=6016&chart\\_type=free&device=iphone&device=ipad&hourly=false&selected\\_tab=charts&date=2020-11-26](https://sensortower.com/ios/US/tiktok-pte-ltd/app/tiktok/835599320/category-rankings?search=&start_date=2020-08-31&end_date=2020-11-25&countries=UA&category=6016&chart_type=free&device=iphone&device=ipad&hourly=false&selected_tab=charts&date=2020-11-26) (accessed 11 November 2020).
4. The official site! Internet World Stats. Available at: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (accessed 15 November 2020).
5. The official site! (2020) Digital 2020: October global statshot. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot> (accessed 9 November 2020).
6. RETAILERS. How popular is the TikTok service in Ukraine? And how retailers are presented in it? Available at: <https://retailers.ua/uk/news/management/10153-na-skolko-servis-tiktok-populyaren-v-ukraine-i-kak-v-nem-predstavleniyi-riteyleryi> (accessed 8 November 2020).
7. SEO Digital Group. Instagram statistics you need to know by 2020?. Available at: <https://www.likeni.ru/analytics/statistika-po-instagram-kotoruyu-nuzhno-znat-k-2020-godu/> (accessed 12 November 2020).
8. Ponomarenko I.V. (2019) TikTok marketing. *Infrastruktura rynku*, vol. 36, pp. 230.