

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-40>

УДК 339.138

ПРОСУВАННЯ В ТІК ТОК: ОСОБЛИВОСТІ ТА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ДАНОГО МАЙДАНЧИКА

PROMOTION ON TIKTOK: FEATURES AND EFFECTIVE UTILIZATION OF THE PLATFORM

Тертична Юлія Костянтинівна

студент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3013-6913>

Любка Мирослава Михайлівна

студент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3595-8626>

Леонова Софія Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9231-5987>

Tertychna Yuliia, Miroslava Liubka, Leonova Sofia

Lviv Polytechnic National University

У статті розглядаються особливості просування у TikTok, зосереджуючись на характерних особливостях та ефективному використанні цієї платформи. Ідентифіковано ключові аспекти використання TikTok у маркетингових цілях. Досліджено унікальні риси платформи, стратегії просування та кращі практики для досягнення оптимальних результатів в динамічному середовищі. Актуалізовано ефективність TikTok як каналу маркетингу, враховуючи його широку популярність та різноманітну аудиторію. Узагальнено настанови з ефективного використання платформи TikTok підприємствами та особистими брендами. Систематизовано підходи до створення та оптимізації контенту, відповідно до алгоритмічних відтінків TikTok. Проведено аналіз актуальних тенденцій на платформі та підкреслюється важливість включення елементів трендів для підвищення видимості контенту. Розглядається використання хештегів як інструменту для збільшення уваги до контенту. Проведено всебічний огляд конкретних особливостей платформи та результатів впровадження різних стратегій просування. Практична значущість публікації полягає у формуванні конкретних рекомендацій щодо використання потенціалу TikTok для розвитку бізнесу та особистих брендів. Додатково, у статті освітлюється важливість взаємодії з аудиторією на TikTok як чинник успішного просування. Аналізуються методи залучення та взаємодії з глядачами, зокрема, реакції на коментарі, взаємодія зі спільнотами та використання відгуків користувачів для покращення контенту. Підкреслюється важливість адаптації стратегій відповідно до динаміки аудиторії та реакцій на різноманітний контент, щоб забезпечити максимальну взаємодію та відгуків. Розглядається етика використання TikTok у маркетингових цілях. Автори аналізують питання відповідального використання даної платформи, уникаючи негативного впливу на спільноту та дотримуючись принципів прозорості. Висвітлюється значення створення контенту, який дотримується принципів соціальної відповідальності та враховує культурні та етичні аспекти для створення позитивного враження про бренд серед аудиторії TikTok.

Ключові слова: TikTok, маркетинг, соціальні мережі, відео-контент, аудиторія, таргетинг, тренди, ефективність, новітні тренди просування.

In the article, the peculiarities of promotion on TikTok are examined, focusing on its distinctive features and effective utilization of this platform. Key aspects of using TikTok for marketing purposes are identified. The unique features of the platform, promotion strategies, and best practices for achieving optimal results in a dynamic environment are investigated. The effectiveness of TikTok as a marketing channel is updated, taking into account its widespread popularity and diverse audience. Guidelines for the effective use of TikTok by businesses and personal brands are

summarized. Approaches to content creation and optimization are systematized, aligning with TikTok's algorithmic nuances. An analysis of current trends on the platform is conducted, emphasizing the importance of incorporating trend elements to enhance content visibility. The use of hashtags as a tool to increase content attention is discussed. A comprehensive overview of specific platform features and the results of implementing various promotion strategies is provided. The practical significance of the publication lies in formulating specific recommendations for harnessing the potential of TikTok for business development and personal branding. Additionally, the article sheds light on the importance of engaging with the audience on TikTok as a crucial factor for successful promotion. Methods for attracting and interacting with viewers, including responses to comments, community engagement, and leveraging user feedback to improve content, are analyzed. The significance of adapting strategies according to audience dynamics and responses to diverse content is emphasized to ensure maximum interaction and feedback. Furthermore, the article delves into the ethics of using TikTok for marketing purposes. The authors examine responsible usage of the platform, avoiding negative impacts on the community, and adhering to transparency principles. The significance of creating content that aligns with principles of social responsibility and considers cultural and ethical aspects is highlighted to create a positive impression of the brand among the TikTok audience

Keywords: TikTok, marketing, social media, video content, audience, targeting, trends, effectiveness, latest trends in promotion.

Постановка проблеми. У сучасному світі, коли відео-контент і соціальні мережі стають необхідністю для брендів та підприємств, розуміння та використання потенціалу Tik Tok набуває ключового, визначного значення. Актуальність даної статті полягає в тому, щоб допомогти бізнесам, особистим брендам оптимально та ефективно використовувати популярний майданчик Tik Tok для залучення уваги та взаємодії з цільовою аудиторією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливе питання про те, як ефективно використовувати унікальні можливості платформи Tik Tok для побудови успішної стратегії просування та взаємодії з цільовою аудиторією. У контексті аналізу пріоритетів використання платформи TikTok, дослідники висвітлюють різні аспекти ефективності цього інструменту у сучасному маркетинговому середовищі (табл. 1).

Дослідники детально розглядають різні аспекти використання TikTok, починаючи від методів дослідження і закінчуючи стратегічним підходом до реклами та маркетингу.

Узагальнюючи, TikTok виявляється перспективною та інноваційною платформою для досягнення різноманітних цілей, включаючи сфери маркетингу, реклами та взаємодії з аудиторією. Цей широкий консенсус дозволяє вбачати, що використання TikTok може стати вигідним стратегічним вибором у різних галузях та для різних видів організацій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій та досліджень у рамках окресленої проблематики, недостатньо висвітленим залишаються питання розробки ефективних стратегій та тактик просування в Tik Tok, а також оптимальних методів взаємодії з аудиторією.

Формулювання цілей статті. Виходячи з вищеведеного основними цілями статті є дослідження та вирішення наступних завдань: розгляд особливостей алгоритму Tik Tok та їх вплив на ефективність просування; аналіз переваг та недоліків використання різних типів контенту на платформі для досягнення максимальної взаємодії з аудиторією; вивчення впливу трендів та популярних елементів на видимість контенту та його взаємодію з користувачами; розробка стратегій ефективного використання хештегів для підвищення обігу контенту та підвищення свідомості про бренд; вивчення психологічних аспектів взаємодії з аудиторією в Tik Tok та їх вплив на результативність просування.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день Tik Tok активно розвивається і вважається однією зі найшвидше зростаючих соціальних мереж у світі, займаючи зазначену позицію серед п'ятірки найпопулярніших додатків, що регулярно завантажуються в магазинах мобільних додатків [1].

Дані від Google Trends підтверджують постійний ріст інтересу та популярності Tik Tok протягом останнього року, і немає жодних ознак того, що цей інтерес збирається зменшитися.

Унікальність Tik Tok полягає у тому, що тривалість відео може бути до однієї хвилини, спонукаючи середнього користувача переглядати близько 52 відео щоденно. Це відкриває широкі можливості для творців контенту бути поміченими та залучати аудиторію. Запровадження рекламних форматів на Tik Tok стало ефективним інструментом для компаній та впливових осіб у сфері просування бренду. Реклама у формі відео дозволяє компаніям надавати корисну інформацію, створюючи

Таблиця 1

Пріоритети використання платформи Тік Ток з точки зору її ефективності

Дослідник	Переваги використання
Левчук М.	«Методи порівняння, спостереження та контент-аналізу було використано для розгляду ТікТок сорінок. Для виявлення доцільності використання ТікТок каналу, як каналу комунікації було використано методи дедукції та індукції. Також було використано метод опитування через анкетування в соціальних мережах, для збору даних, щодо аудиторії в ТікТок».
Маранчак М.	«Реклама в ТікТок – один із дійових засобів залучення бібліотеками цільової аудиторії, а саме користувачів віком від 13 до 35 років, які становлять на сервісі 91 % всієї української користувацької бази»
Воган К.	«З огляду на комунікаційний потенціал відеосервісу, а також розвиток ТікТок у стратегічно важливу одиницю інтернет-маркетингу, на нашу думку, бібліотекам, орієнтованим на молодь, варто якнайшвидше усвідомити потенціал цієї платформи для просування бібліотечних послуг та підтримки іміджу діджиталізованого закладу, а науковцям детально вивчити технології просування через короткі відео на цій платформі з ракурсу їх використання бібліотечними закладами.»
Шкіль Л.	«Враховуючи статистичні дані, за якими сьогодні аудиторія активних користувачів додатка в Україні становить понад 10,55 млн українців (Шкіль, 2022), для бібліотек зростає необхідність пройти вищезазначені кроки на новій платформі та заявити свою присутність у ТікТок для цільової аудиторії з метою підтримки тісного зв'язку та ефективної комунікації з потенційними користувачами «зрозумілою» для них мовою, а саме «мовою ТікТок»
Сапон В.	«Тік Ток – це відносно нова, але водночас досить ефективна платформа просування продуктів і брендів. Вона дозволить економити бюджет фірми та використовувати зручні методи просування, при цьому залучати велику кількість потенційних клієнтів для подальшої співпраці з ними»

Джерело: [11]

освітні та розважальні матеріали, огляди та інше. Цей підхід ефективно використовується для реклами:

- компаній і фахівців, що надають послуги;
- експертів, які цікавляться рекламою особистого бренду;
- стартапів.

Для того, щоб привернути увагу аудиторії та ефективно демонструвати товари, рекомендується використовувати різноманітні формати відео. Дотримання єдиного стилю допомагає утримати бренд у пам'яті користувачів.

ТікТок, що нараховує понад 1,1 мільярда активних користувачів у більш ніж 150 країнах, визначається як найбільш завантажена соціальна мережа у світі, з великим середнім часом користування, який становить приблизно 14 годин на місяць для кожного користувача ТікТок [2]. Навіть при деякому упередженні до цієї платформи, ТікТок виявився ефективним інструментом для глобального просування брендів.

Заснований у 2016 році, ТікТок є міжнародною версією китайського додатка Douyin.

Його створення вказує на зростання глобальної експансії соціальних медіа-платформ та врахування потреб користувачів, культурних різниць та правових вимог як в Китаї, так і в усьому світі [4].

Отже, ТікТок представляє собою розважальний застосунок для створення, редагування та публікації коротких відеороликів, що мають тривалість від 15 до 60 секунд. Відеоматеріали прикрашаються різноманітними фільтрами, музикою, анімацією та цікавими спецефектами. Застосунок включає в себе вбудований редактор та багато масок, фільтрів і ефектів для творчого оформлення відео.

Користувачі можуть виражати свої реакції на контент за допомогою лайків та коментарів, а також стежити за "тіктокерами". Зручність використання додатка на платформах iOS та Android сприяє його популярності серед мобільних користувачів.

Середній рівень залученості, виражений у показнику 6,72%, свідчить про високий інтерес до ТікТок у 2022 році, що робить його однією з найактивніших соціальних медіа-платформ у порівнянні з іншими (рис. 1).

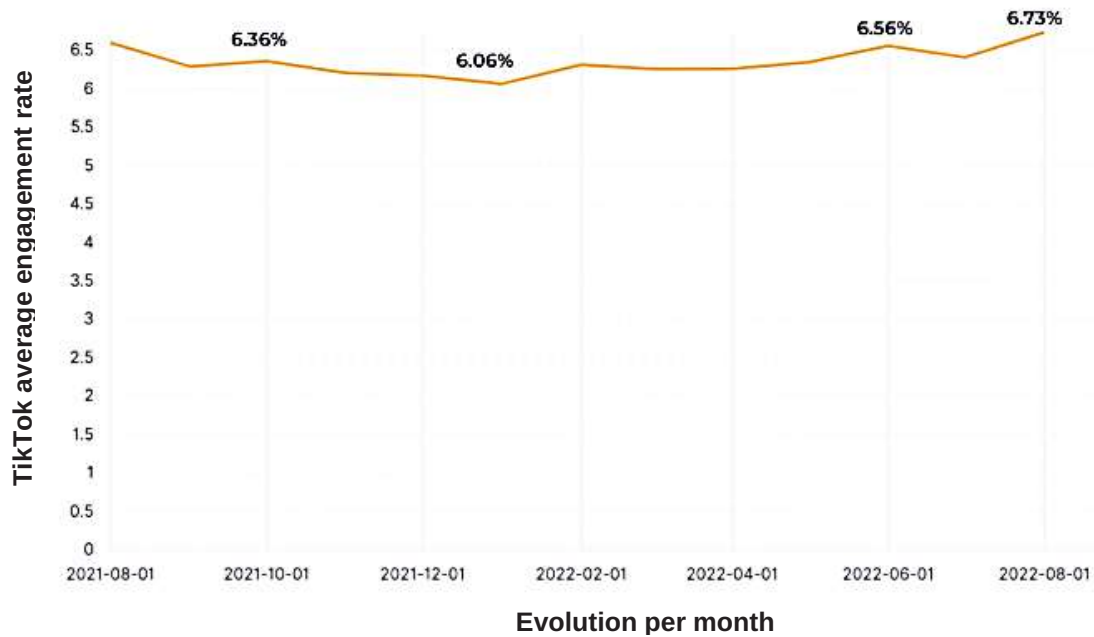


Рис. 1. Рівень залучення аудиторії TikTok за переглядами

Джерело: [8]

Поглянемо на захоплюючий шлях розвитку TikTok, аналізуючи статистику та стратегії, які роблять цю платформу унікальною. Запущений у 2014 році, спочатку орієнтований на навчальний контент, додаток перетворився на розважальну соціальну мережу після повного перезавантаження у 2017 році. Цей крок призвів до стрімкого зростання популярності, пасуючи з декількох десятків тисяч завантажень до вражаючих 100 мільйонів усього зараз [3].

Однією з ключових особливостей TikTok є персоналізований контент, який пропонується користувачам через динамічну стрічку. Кожен перегляд ролика спричиняє пропозиції, які відповідають уподобанням користувача. Цей алгоритм разом з активною аудиторією роблять TikTok неперевершеним майданчиком для особистого та бізнес-просування.

В загальному, можна здійснювати рекламу в TikTok безкоштовно. Є випадки, коли блогери вдало вплинули на аудиторію вже з першого відео. Проте, це вражаючий виняток. Давайте розглянемо та узагальнимо різноманітні стратегії просування, включаючи платні та безкоштовні варіанти.

1. Використання трафіку з вже популярних акаунтів:

Перший та простий спосіб просування в TikTok без витрат – поширення QR-коду чи посилання на акаунт через Інстаграм, YouTube та інші майданчики з активними аудиторіями.

Це додасть цільового трафіку на ваш канал, хоча можливо не є найефективнішим методом.

2. Колаборації.

Використання цього методу SMM маркетингу демонструє високу ефективність, яку можна явно виміряти та оцінити. В окремих ситуаціях можна укласти угоди про співпрацю на обмінних засадах. Вартість співпраці визначається рівнем популярності блогера та складністю задуманої ідеї. В усьому цьому важливо детально обговорити сюжет, формат та терміни співпраці.

3. Хештеги.

У TikTok можна просувати свій акаунт безкоштовно, використовуючи хештеги. Навіть у випадку, коли ви розглядаєте можливість реклами через платформу, використання хештегів залишається важливим аспектом.

Основна мета при роботі в TikTok – потрапити в ТОП за допомогою найпопулярніших хештегів. Для цього слід аналізувати найбільш цільові та актуальні запити, які користувачі часто вводять при пошуку відео. Такий аналіз можна провести за допомогою спеціального сервісу, наприклад, Tokker. Рекомендується використовувати декілька широко відомих хештегів та додавати до них кілька тематичних, щоб збільшити кількість трафіку.

Хоча існує різні способи використання хештегів для просування в TikTok, найбільш ефективними залишаються брендовані хештег-челенджі. Для їх створення важливо використовувати популярний трек та цікавий

челендж. Наприклад, яскравим прикладом є Guess-челендж (#inmydenim), в рамках якого користувачі демонструють свій повсякденний одяг, а потім творчо переходять до стильного образу з брендовими речами. Цей челендж породив майже 6 000 відеороликів і залучив більше 30 000 000 глядачів [2].

4. Слідування за трендами.

Рекомендується уникати невмотивованих експериментів і зосереджуватися на використанні сучасних тенденцій. Розглядаючи популярні треки, танці та формати, які користуються широким попитом, можна забезпечити ефективний взаємодії з аудиторією. Додатково, для розширення можливостей рекомендується детально вивчати тренди, актуальні на час проведення дослідження, і використовувати напрямки, що є популярними на Заході.

5. Запуск власного челенджу.

Челенджі можуть швидко зробити бренд клієнта відомим і привернути значну увагу аудиторії. Зрозуміло, що не кожен виклик в TikTok набуває популярності. Але варто відзначити, що відсоток успішних челенджів в цій платформі значно вищий, ніж, наприклад, в Instagram. Це пояснюється алгоритмами рекомендаційного контенту. Наприклад, перед «Євробаченням-2020» (яке в кінцевому підсумку було скасоване), виклик гурту Little Big під назвою #unovisionchallenge став вірусним, зібравши понад 300 мільйонів переглядів. Пісня Uno стала дуже популярною як в межах країни, так і за її межами [2].

6. Використання фільтрів та ефектів Tik Tok.

Щоб зробити свої відео в TikTok більш різноманітними, можна скористатися різноманітними фільтрами та ефектами, які представлені в аплікації у великому асортименті. Рекомендується передусім використовувати ті інструменти, які є актуальними зараз та популярні серед користувачів, і які можна знайти в розділі "Trending". Вони забезпечать відео значно більшим обсягом переглядів.

7. Активність.

Виявлення активності через публікацію нового контенту, ставлення лайків, залишення коментарів та підписки на інших тиктокерів підвищує ймовірність отримання популярності. Важливо враховувати, що цей підхід потребує часу та зосередження. Головний фокус слід зробити на якісному відеоконтенті, оскільки відсутність якості може обмежити тривалість позитивного ефекту активності.

8. Платна співпраця з Tik tok-блогерами.

Важливо враховувати, що співпраця з бло-

герами у TikTok є ефективним засобом просування продуктів чи послуг. Але рекомендується утриматися від реклами від блогерів, які не мають достатньої авторитетності, щоб уникнути можливого поширення недостовірної інформації та можливого обману.

Під час планування рекламної кампанії в TikTok через кількох блогерів, рекомендується стратегічно розподіляти випуск їхніх відео на різні дні. Зауважується, що наразі в даній платформі відсутній систематичний механізм оцінювання ефективності прямої реклами, тому розподіл акцентів може виявитися більш продуктивним. На перший план слід виставити деталі маркування та зазначення бренду у відеороликах та описах, забезпечивши їх відповідність встановленим критеріям.

Необхідно пам'ятати, що соціальні мережі – це також сфера бізнесу, головна мета якої – утримання уваги своїх користувачів на найбільший час. Платформа TikTok виникла як результат зосередження уваги на коротших періодах часу. Основна аудиторія цієї мережі – це нове покоління, спрямоване на швидкий результат. Молодь, яка прагне отримувати все негайно і без зволікань, активно використовує TikTok, швидко переглядаючи стрічку і не витрачаючи час на довгі текстові матеріали. Вони віддають перевагу мемам, використовують сленг, економлять час та займаються багатьма справами одночасно. Молоді користувачі орієнтовані на миттєве задоволення від візуального та аудійного контенту, а TikTok, з його живими зображеннями, текстовим наповненням та музичними супроводами, сприяє активному виділенню дофаміну та швидкому сформуванню позитивного емоційного досвіду [6].

Для структурування контенту слід ретельно розглянути переваги та недоліки використання TikTok як засобу для організації цільової аудиторії, як відображено у табл. 2.

У мережі TikTok встановлюється атмосфера, яка сприяє більш дружнім відносинам, порівняно з Інстаграмом або іншими соціальними платформами. Цей простір створює можливість об'єднати людей навколо конкретної ідеї та цінностей бренду чи послуги. Можливість акцентувати увагу на благодійності або закликати до усвідомленого споживання стає доступною. Головне – створювати контент, який цікавить і включає значну дозу гумору.

TikTok відкриває практично безмежні можливості для творення унікального та креа-

Таблиця 2

Переваги та недоліки використання TikTok як засобу проведення дозвілля

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> – Розвиває впевненість, креативність та конструктивні навички. Дитина, яка долучається до загальних захоплень, відчуває себе більш комфортно. – Деякі відео несуть значущий контент, навчають новому та зацікавлюють. – Спонукає дітей більше рухатися та вивчати динаміку трендів. – Підвищує настрій та релаксує, знімаючи емоційне напруження. 	<ul style="list-style-type: none"> – Прагнення швидкої популярності, що може спонукати дітей до відвертих трендів. – Прагнення до миттєвих емоцій може підірвати мотивацію до читання та навчання. – Діти можуть неправильно тлумачити сенс трендів, що може призвести до цькування. – Надмірна кількість нецензурної лайки (у піснях, коментарях) та відео може бути неприйнятною для молодших дітей. – Велика кількість змін у картинці, звуці та персонажах може створювати навантаження на нервову систему.

Джерело: власна розробка на основі [6]

тивного контенту. Користувачі можуть створювати короткі відеоролики з використанням різних візуальних ефектів. На головному екрані запису ролика доступні різноманітні анімаційні ефекти та кольорові фільтри.

Крім того, TikTok пропонує широкий вибір музичних ефектів, включаючи популярні треки, вирізки з фільмів і серіалів, а також звуки природи та тварин. Користувачі можуть обирати музику перед або після зйомки відео. Записи можна виконувати у звичайному режимі, у сповільненому або прискореному темпі. Також існує можливість знімати власний унікальний контент, реагувати на відео інших користувачів, а також створювати "дуети", об'єднуючи два відео горизонтально [3].

На початковому етапі розвитку TikTok вмістило переважно ліпсінк-ролики, де користувачі виконували дії під фонограму. Зараз же платформа перетворилася в простір для творчої самореалізації з акцентом на креативний контент та нативні формати реклами. Привабливість аудиторії в TikTok перевищує середні показники інших соціальних мереж, наприклад, середня активність ER в Instagram становить 5%, тоді як в TikTok цей показник сягає 20%.

Основна частина активних користувачів на платформі – молодь у віці від 16 до 24 років. Кожен користувач має можливість відзначитися унікальним та цікавим контентом, привернути увагу підписників в TikTok у короткі терміни і розпочати монетизацію свого блогу. Для рекламодавців це стає новим засобом привертання лояльної аудиторії. З кожним днем все більше брендів обирають платформу для запуску рекламних кампаній та створення корпоративних акаунтів [3].

Розвиток TikTok вражає своїми темпами, з користувачами, які витрачають тут більше часу, ніж у будь-якій іншій соцмережі. Протягом всього двох років, ця китайська соціальна мережа зросла вартістю до \$50 млрд та залучила сотні мільйонів користувачів по всьому світу.

Ефективне просування в TikTok передбачає використання бізнес-акаунту, який надає інструменти для аналізу статистики та визначення ефективності рекламних кампаній. Важливим аспектом успішного росту акаунту є регулярна публікація контенту. Рекомендується випускати від трьох до п'яти відеороликів щодня, щоб привернути увагу аудиторії та збільшити її зацікавленість профілем. Проте якість контенту має ключове значення, іноді важливіше опублікувати один високоякісний відеоролик, ніж кілька менш якісних. Для утримання уваги аудиторії рекомендується експериментувати з різними форматами контенту [1].

TikTok, як нове глобальне явище, зазнає неймовірного зростання, і лише протягом першого кварталу 2020 року додаток було завантажено 315 мільйонів разів. Популярність TikTok пояснюється тим, що він дозволяє користувачам розвивати свою творчість у відеоконтенті та розширювати свою присутність в Інтернеті [5].

Популярність TikTok необхідно приписати його простоті використання та цікавим функціям, які він пропонує користувачам. Ця соціальна платформа успішно розповсюджує інформацію про своє використання по всьому світу, вражаючи своїх користувачів і заохочуючи їх довіряти можливостям програми робити їх більш відомими та суспільно визнаними. Таким чином, користувачі сприймають

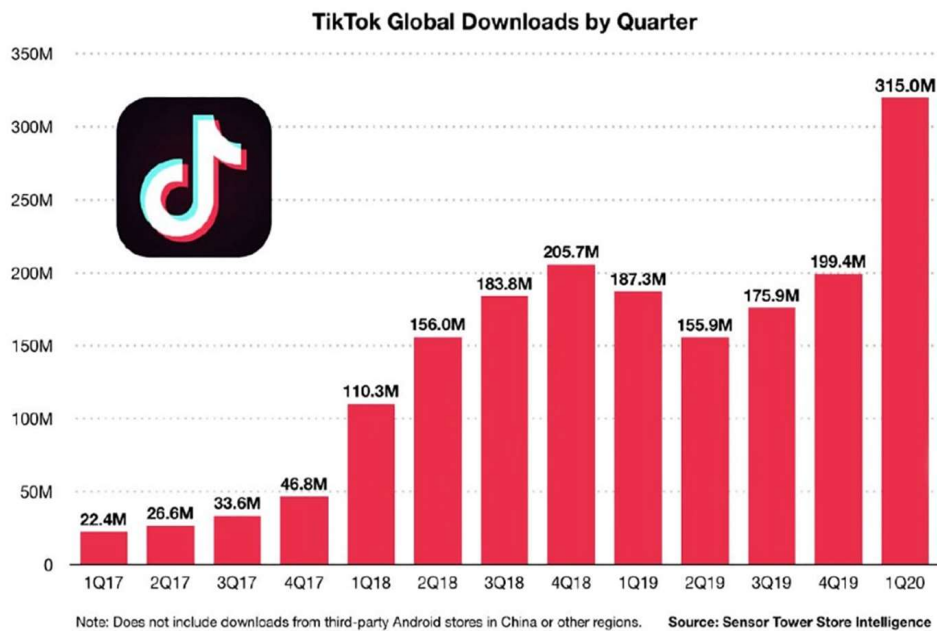


Рис. 2. Динаміка розвитку платформи TikTok

Джерело: [5]

TikTok як інструмент, який може перевершити їх очікування, а задоволення клієнтів є ключовою метою. Загалом, TikTok володіє надійною та доступною системою, що додає йому додаткові бонуси.

Деякі можуть вважати TikTok простою соціальною мережею, яка споживає час і негативно впливає на молодь. Однак насправді це високо-функціональний застосунок, який може бути корисним, але не кожен вміє його використовувати на повну потужність. Механізм рекомендацій у TikTok налаштований досить якісно: якщо вам подобається відео на певну тему, ви отримаєте більше подібного контенту у своєму стрічці. Таким чином, можна зробити свій TikTok спрямованим на розвиваючий контент, якщо правильно фільтрувати інформацію [7].

Збільшення популярності на TikTok завдання, яке можна виконати, якщо до нього підійти з усією серйозністю. Вам варто спробувати різні стратегії та створювати власні. Важливо підкреслити, що стати популярним можна і без штучного збільшення вподобань. Будьте готові, що результати потрібно чекати, і не завжди велика кількість переглядів приходить вже першого дня. Основне – отримуйте задоволення від того, що ви робите.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Просування в TikTok – це завдання, яке вимагає не лише ретельного вивчення алгоритмів та технічних аспектів

платформи, але й неперервного аналізу та креативного підходу. Особливості цієї соціальної мережі визначаються її унікальною аудиторією та динамічною природою контенту. Алгоритми Tik Tok виявляють великий вплив на те, як відео розповсюджується серед користувачів. Розуміння їхньої роботи надає можливість оптимізувати контент для більшого охоплення аудиторії. Також, надто важливою є спроможність адаптуватися до швидкозмінних трендів, що вимагає від маркетологів великої гнучкості та швидкості реакції. Ключовим елементом ефективного просування в TikTok є створення креативного та захоплюючого контенту. Активна взаємодія з аудиторією через челенджі, коментарі та використання трендів допомагає підтримувати високий рівень зацікавленості та взаємодії з аудиторією.

Рекламні формати TikTok варіюються, пропонуючи різноманітні способи взаємодії. Вибір оптимального формату залежить від конкретної стратегії та цілей маркетингової кампанії.

У підсумку доцільно зазначити, що TikTok відкриває унікальні можливості для маркетологів, проте вимагає глибокого розуміння особливостей платформи та невпинного вдосконалення стратегій для досягнення максимальної ефективності. Разом із тим, постійна готовність до змін та творчий підхід є ключовими факторами успіху в динамічному середовищі соціальних мереж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Знімати чи не знімати: як TikTok стає інструментом промоції книжок. URL: <https://chytomo.com/zniatomy-chy-ne-zniatomy-ia-k-cherez-tiktok-staie-instrumentom-promotsii-knyzhok/>
2. Популярний і корисний тикток? Як відома соцмережа захоплює увагу молоді. URL: <https://mediavista.com.ua/archives/5001>
3. Просування бренду в Tik Tok. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-prodvigat-brend-v-tiktok>
4. Просування в Tik-Tok: особливості та ефективно використання майданчика. URL: <https://www.smm.if.ua/prosuvannya-v-tik-tok-osoblivosti-ta-efektivne-vikoristannya-majdanchika/>
5. Соціальна мережа TikTok як засіб інтернет-маркетингу. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiLvaiaoqaDAxW0SvEDHSZZCzAQFnoECA4QAQ&url=http%3A%2F%2Flibrinfosciences.knukim.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F269440%2F266018&usg=AOvVaw0ws5_fkw05mAPhFZRTbDwk&opi=89978449
6. Статистика TikTok: все, що потрібно знати про додаток. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/statistika-tiktok-vse-cho-potribno-znati-pro-dodatok>
7. TikTok – що це таке і чому він такий популярний. URL: <https://termin.in.ua/tiktok/>
8. У чому користь та небезпека Tik-Tok. URL: <https://www.0372.ua/news/2909781/u-comu-korist-ta-nebezpeka-tik-tok-poradi-ekspertiv-vcitelam-ta-batkam>
9. Як просуватись у Tik Tok. URL: <https://lanet.click/yak-prosuvatysia-v-tik-tok/>
10. 5 ключових статистичних даних TikTok, які потрібно знати у 2022 році. URL: <https://wave.video.ua/blog/tiktok-stats/>
11. 21 порада, як стати популярним в Tik Tok з нуля без накрутки. URL: <https://itstatti.in.ua/smm-i-smo/766-yak-stati-populyarnim-v-tik-tok.html>

REFERENCES:

1. Zniatomy chy ne zniatomy: yak TikTok staie instrumentom promotsii knyzhok [To film or not to film: how TikTok becomes a book promotion tool]. Available at: <https://chytomo.com/zniatomy-chy-ne-zniatomy-ia-k-cherez-tiktok-staie-instrumentom-promotsii-knyzhok/>
2. Populiarni i korysni tiktok? Yak vidoma sotsmerezha zakhopliuie uvahu molodi [Popular and useful tiktok? As is known, the social network captures the attention of young people]. Available at: <https://mediavista.com.ua/archives/5001>
3. Prosuvannia brendu v Tik Tok [Brand promotion in Tik Tok]. Available at: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-prodvigat-brend-v-tiktok>
4. Prosuvannia v Tik-Tok: osoblyvosti ta efektyvne vykorystannia maidanchyka [Promotion in Tik-Tok: features and effective use of the platform]. Available at: <https://www.smm.if.ua/prosuvannya-v-tik-tok-osoblivosti-ta-efektivne-vikoristannya-majdanchika/>
5. Sotsialna merezha TikTok yak zasib internet-marketynhu [Social network TikTok as a means of Internet marketing]. Available at: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiLvaiaoqaDAxW0SvEDHSZZCzAQFnoECA4QAQ&url=http%3A%2F%2Flibrinfosciences.knukim.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F269440%2F266018&usg=AOvVaw0ws5_fkw05mAPhFZRTbDwk&opi=89978449
6. Statystyka TikTok: vse, shcho potribno znaty pro dodatok [TikTok Statistics: Everything you need to know about the app]. Available at: <https://web-promo.ua/ua/blog/statistika-tiktok-vse-cho-potribno-znati-pro-dodatok>
7. TikTok – shcho tse take i chomu vin takiy populiarnyi [TikTok – what is it and why is it so popular]. Available at: <https://termin.in.ua/tiktok/>
8. U chomu koryst ta nebezpeka Tik-Tok [What are the benefits and dangers of Tik-Tok]. Available at: <https://www.0372.ua/news/2909781/u-comu-korist-ta-nebezpeka-tik-tok-poradi-ekspertiv-vcitelam-ta-batkam>
9. Iak prosuvatys u Tik Tok [How to advance in Tik Tok]. Available at: <https://lanet.click/yak-prosuvatysia-v-tik-tok/>
10. 5 kliuchovykh statystychnykh danykh TikTok, yaki potribno znaty u 2022 rotsi [5 Key TikTok Statistics to Know in 2022]. Available at: <https://wave.video.ua/blog/tiktok-stats/>
11. 21 porada, yak staty populiarnym v Tik Tok z nulja bez nakrutky [21 tips on how to become popular in Tik Tok from scratch without cheating]. Available at: <https://itstatti.in.ua/smm-i-smo/766-yak-stati-populyarnim-v-tik-tok.html>