

недостовірної інформації.

Ефективне управління інформаційно-комунікаційними процесами в період кризи також вимагає грамотного використання технологій інформаційного зв'язку. Сучасні інструменти комунікації, такі як соціальні медіа, веб-сайти, електронна пошта та інші, можуть значно полегшити передачу інформації та забезпечити швидкий доступ до неї.

#### Список використаних джерел

1. Чуприна А. Роль соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни - European Business Association. URL: <https://eba.com.ua/rol-sotsialnyh-merezh-u-kryzovij-komunikatsiyi-v-umovah-vijny/> (Дата звернення: 26.05.2023).
2. Мудрак Л. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи. Комунікація і криза. Київ, 2020. URL: [https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/663/Комунікація\\_і\\_криза\\_-\\_посібник\\_Лари\\_Мудрак.pdf](https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/663/Комунікація_і_криза_-_посібник_Лари_Мудрак.pdf) (Дата звернення: 27.05.2023).
3. Соціальні мережі як незамінний інструмент комунікації – Юридична газета. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/socialni-merezhi-yak-nezaminniyy-instrument-komunikatsiyi.html> (Дата звернення: 25.05.2023).
4. O'Neill M. (2009). Public confidence in charitable nonprofits. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38(2), 237–269.
5. Pang A., Shin W., Lew Z., Walther J. B. (2018). Building relationships through dialogic communication: Organizations, stakeholders, and computer-mediated communication. *Journal of Marketing Communications*, 24(1), 68–82.
6. Kim Y., Park H. (2017). Is there still a PR problem online? Exploring the effects of different sources and crisis response strategies in online crisis communication via social media. *Corporate Reputation Review*, 20(1), 76–104.
7. Karpchuk N. Information and Communication Policy in Wartime: the Case of Ukraine. *Historia i Polityka*. Lutsk, 2022. P. 125–140. URL: <https://apcz.umk.pl/HiP/article/view/40573/33514> (Дата звернення: 25.05.2023).
8. Benabid M. Communication Strategies and Media Influence in the Russia-Ukraine Conflict. Policy Brief. 2022. 25 April. URL: [https://www.policycenter.ma/sites/default/files/2022-04/PB\\_25-22\\_Benabid%20EN.pdf](https://www.policycenter.ma/sites/default/files/2022-04/PB_25-22_Benabid%20EN.pdf) (Дата звернення: 25.05.2023).

УДК 330

Макуха М.О., Подріз А.Б., студенти; Чайкіна А.О., к.е.н., доцент  
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*  
(м. Полтава, Україна)

### СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ЇХ РОЛЬ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Соціальні мережі потужний засіб комунікації та спілкування, саме тому вони мають великий вплив на сучасний бізнес. Сьогодні підприємці все частіше використовують соціальні мережі як стратегічний інструмент для реклами, залучення клієнтів, збільшення обігу, зміцнення бренду та взаємодії зі споживачами. Актуальним є аналіз ролі соціальних мереж у розвитку власного бізнесу та загалом підприємницької діяльності, а також ключові переваги при застосуванні підприємцями.

Сучасний бізнесовий ландшафт різко змінився під впливом технологічного прогресу та цифрової революції. У такому оточенні підприємці повинні використовувати нові інструменти та стратегії, щоб вижити та процвітати. Соціальні мережі вийшли за межі особистого використання та стали невіддільною складовою успішної підприємницької діяльності. Завдяки своїй масовості, соціальні мережі надають можливість підприємцям ефективно комунікувати з великою аудиторією та розширювати межі збуту своєї продукції, здійснюючи ефективну міжнародну діяльність. Соціальні мережі також надають розумний

аналітичний інструментарій, що дозволяє підприємцям збирати та аналізувати дані про свою аудиторію, розуміти їхні потреби та переваги, що створює унікальну можливість для персоналізації та співпраці з клієнтами.

У світі соціальних мереж кожен підприємець має можливість побудувати й зміцнити свій бренд, незалежно від розміру чи галузі його діяльності. Створення унікального стилю та образу, активна комунікація зі споживачами, публікація цікавого та цінного контенту допомагають підприємцям зайняти свою нішу та залучати увагу клієнтів. Взаємодія з аудиторією та підтримка зв'язку дозволяють підприємцю зберігати лояльність клієнтів, що є ключовим фактором успіху у сучасному конкурентному середовищі.

Розглянемо основні аспекти розвитку підприємницької діяльності через соціальні мережі.

1. Побудова бренду та свідомості. Соціальні мережі надають підприємцям унікальну можливість побудувати свій бренд та збільшити проінформованість про нього серед великої аудиторії. Вони дозволяють створювати профілі компанії, ділитися цікавими контентом, актуалізувати новини та ділитися відгуками клієнтів. Це допомагає залучати нових, підтримувати наявних користувачів та зміцнювати взаємодію з ними.

2. Залучення клієнтів. У процесі залучення нової аудиторії, соціальні мережі стали ефективним інструментом. Рекламні кампанії на платформах соціальних мереж дозволяють підприємцям точно налаштувати свою цільову аудиторію та розповісти про свої товари або послуги. Більш того, соціальні мережі надають можливість використовувати рекомендації та відгуки клієнтів для підвищення довіри до бренду та стимулювання продажів.

3. Взаємодія з клієнтами. Також, соціальні мережі дозволяють підприємцям встановлювати прямий контакт зі своїми клієнтами, що дає можливість отримувати швидкий фідбек, розуміти потреби клієнтів та пропонувати персоналізовані рішення. Багато компаній використовують соціальні мережі для вирішення запитань та незадоволень клієнтів, що покращує якість сервісу та сприяє розвитку лояльності.

4. Аналітика та вимірювання результатів. Неодмінною перевагою соціальних мереж став доступ до різноманітних аналітичних інструментів, які допомагають вимірювати ефективність їхньої діяльності в мережі. За допомогою цих інструментів можна визначити, які типи контенту найбільше привертають увагу клієнтів, які кампанії є найбільш успішними та як покращити взаємодію з аудиторією.

5. Партнерство та співпраця. Соціальні мережі відкривають можливості для підприємців у відносинах з іншими компаніями та фахівцями відповідної галузі. Платформи, такі як LinkedIn, створюють сприятливе середовище для встановлення бізнес-контактів та спілкування зі спеціалістами. Така форма взаємодії дозволяє реалізовувати спільні проекти, обмінюватись знаннями та підвищувати рівень професійного розвитку.

6. Рекрутинг та управління талантам. Все більш популярним інструментом для пошуку талантів та залучення нових працівників до підприємства стають соціальні мережі. Багато компаній публікують вакансії, пропонують спеціальні програми стажування та знаходять кваліфікованих кандидатів, що мають можливість реалізувати власний потенціал та забезпечувати сталий розвиток підприємству.

Отже, використання соціальних мереж в сучасному підприємстві дозволяє підприємцям покращувати конкурентні позиції, досягти успіху та проводити свою діяльність за межами власної країни. Інтеграція соціальних мереж у стратегію розвитку бізнесу відкриває безліч можливостей для залучення клієнтів, створення позитивного іміджу бренду та встановлення ефективної комунікації зі споживачами. Доведено, що соціальні мережі мають значний вплив на розвиток бізнесу, адже вони надають підприємцям широкі можливості для просування бренду, залучення нових клієнтів, взаємодії з аудиторією та розвитку партнерств. Крім того, соціальні мережі допомагають аналізувати результати та вдосконалювати стратегії розвитку бізнесу. Тому, використання соціальних мереж є важливим кроком для успішного підприємництва у сучасному цифровому світі.

### Список використаних джерел

1. Похилько С. В., Єременко А. Ю. Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проектів. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2020. № 3. С. 130–139.
2. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 179-184.
3. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради URL: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analifyky-v-211-instagram-metryky-instrumenty-porady.html>
4. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
5. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
6. Qualman, E. (2019). *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*. John Wiley & Sons.

УДК 004.9:(378+68)

Марченко О.В., к.е.н., доцент; Рохман Б.М., студент  
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрі Кондратюка»*  
(м. Полтава, Україна)

### РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Цифрова інфраструктура в Україні активно розвивалася до війни та в умовах воєнного стану спостерігається деяке затухання цифрового розвитку, хоча інтенсивність використання в українському бізнесі цифрових технологій простежується і сьогодні. До складу цифрової інфраструктури входять: цифрові консалтингові сервіси, які пропонують малому бізнесу інформаційні, консультативні, аудиторські послуги на основі кейс-консалтингу; низка онлайн-платформ на яких здійснюється взаємодія “бізнес-держава”, “бізнес-бізнес”, “бізнес-суспільство”; онлайн навчання – як для підприємців-початківців, так і з типових питань подальшого розвитку бізнесу; цифрові інформаційні сервіси з актуальними даними про оподаткування, бухгалтерську звітність, правила експорту тощо. Цифрова трансформація як процес переходу від оптимізації і традиційного бізнесу до відцифрованого бізнесу досить часто починається як реакція на змінні запити споживачів. Основна мета цього процесу оптимізація взаємодії з споживачами, більш швидке та повне задоволення потреб, формування бази інформації про клієнта, її обробка. Такого типу зміни поглиблюються, захоплюючи у процес трансформації бізнес-процеси та організаційну структуру підприємства.

Значну роль у цьому відіграла політика ЄС щодо створення різного виду фондів розвитку. В основі принципів всезагального доступу лежить розуміння того, що усі громадяни мають право на доступ до засобів зв'язку. У глобальній практиці це положення формулюється наступним чином: “Держава визнає, що доступ до різноманітних і необмежених джерел інформації та засобів зв'язку є фундаментальним правом усіх громадян” [1]. Інформаційну інфраструктуру держави не можна вважати повною, доки вона не буде доступною в усіх регіонах країни і для всіх її жителів та поки не буде забезпечено належний і недорогий доступ до усього спектру традиційних та новітніх інтелектуальних технологій і послуг, беручи до уваги потреби користувачів і враховуючи їх стать, вік, етнічні відмінності й особливі потреби.

Стрімкий розвиток цифрової економіки змінює світ. З одного боку, це серйозний