



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**77-ї НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ПРОФЕСОРІВ,
ВИКЛАДАЧІВ, НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ**

16 травня – 22 травня 2025 р.

відновлення підприємств, інноваційній гнучкості та залученню альтернативних джерел фінансування.

Отже, застосування системного підходу до оцінювання потенціалу конкурентоспроможності дає змогу підвищити ефективність стратегічного управління, забезпечити своєчасне реагування на зовнішні виклики та сформувані умови для сталого розвитку підприємства.

Література:

1. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
3. Хомяк О. Вплив воєнного стану на конкурентоспроможність українських підприємств. Бізнес Інформ. 2022. №11. С. 22–28.
4. Швець І.Г. Конкурентоспроможність підприємства: сучасний стан і перспективи. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2024. №3. С. 108–117.

UDC 339: 138

*K. Chichulina, PhD in Technical Sciences, Associate Professor,
National University
«Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»
B. Bauchadze, PhD, Academic Doctor of Business Management,
Shota Rustaveli Batumi State University, Georgia*

SMM STRATEGY: GOALS AND SUCCESS METRICS

Social media has become an integral part of marketing. Developing an effective SMM strategy requires clear planning. It is important to define goals and metrics to measure success. This document will help you in this process. Audience and competitor analysis presented in the figure 1. The role of marketing metrics in social media is presented in [1].

Target audience	Analysis of competitors
Define your target audience. Who are your potential customers? What are their needs and interests? Understand their demographics.	Research your competitors. What strategies do they use? What works well for them? What weaknesses can you exploit?

Fig.1. Audience and competitor analysis

SMART goals for an SMM campaign are:

- 1) Specificity. Goals should be clear. What do you want to achieve?
- 2) Dimensionality. How will you measure success?
- 3) Attainability. Goals must be realistic.

- 4) Topicality. Goals should be relevant to your business.
 - 5) Time constraints. Set deadlines for achieving goals.
- In the process, you can choose any social platform (Fig.2).

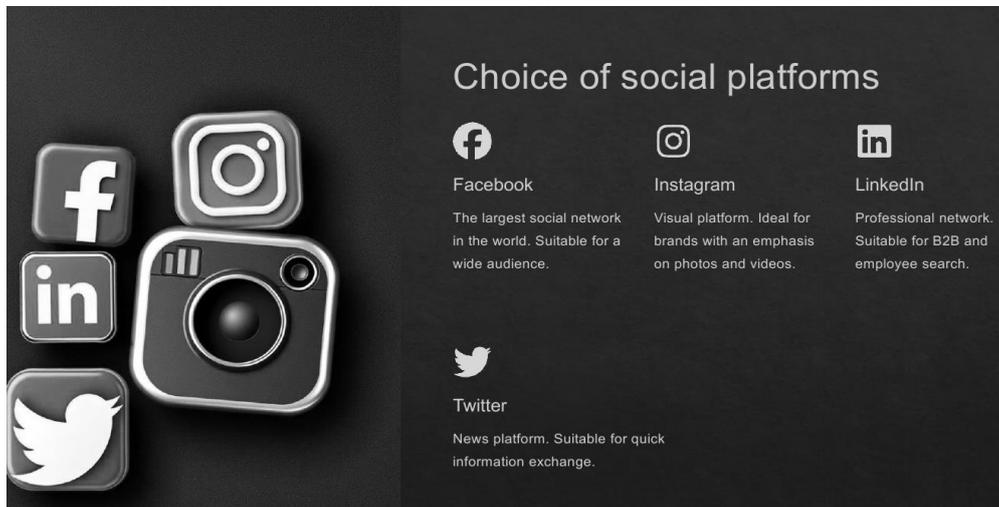


Fig.2. Choice of social platforms

We can also form a content plan and strategy:

1. Content topics. Identify topics that interest your audience.
 2. Content formats. Use different formats: text, images, videos.
 3. Schedule of publications. Plan your posts in advance. Be consistent.
 4. Interaction with the audience. Respond to comments and questions.
- Figure 3 shows SMM strategy optimization.

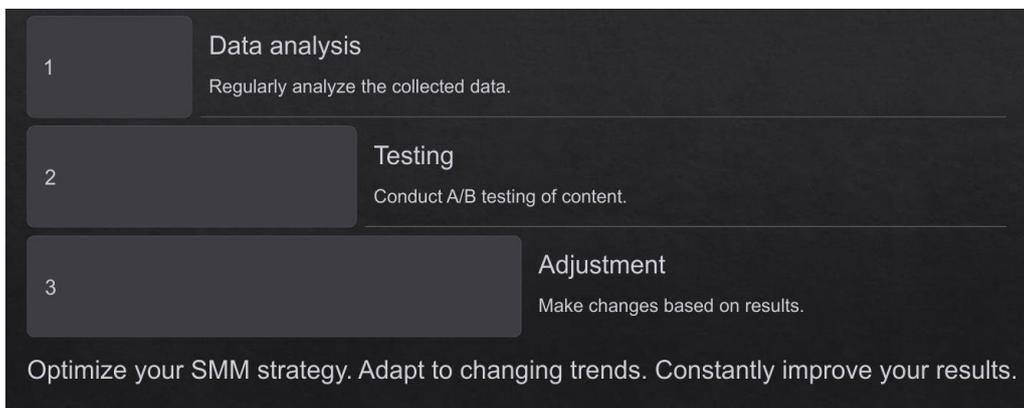


Fig. 3 SMM strategy optimization

The next steps are to determine conclusions and next steps (Fig. 4)

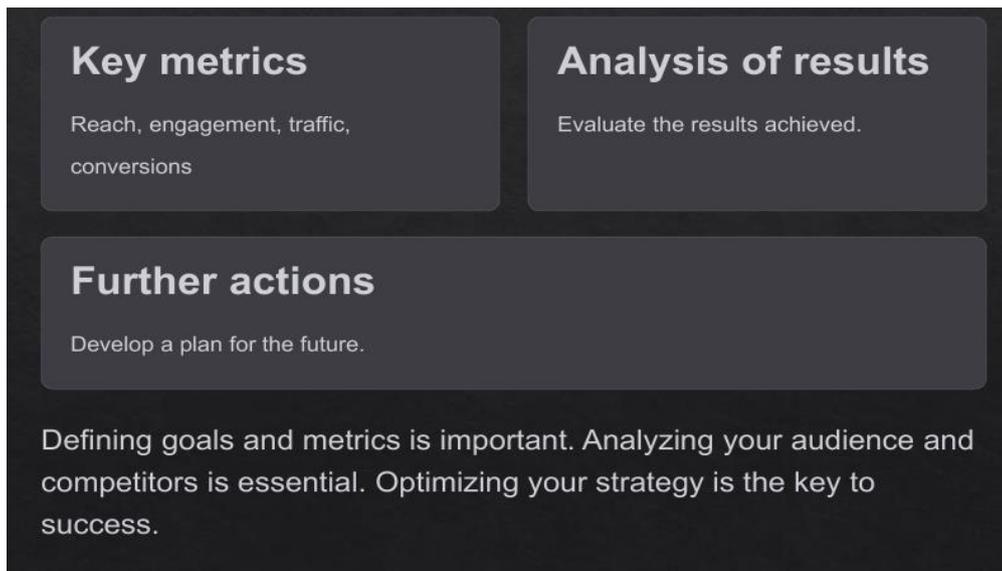


Fig.4. Conclusions and next steps

Literature:

1. Kočišová, L., & Štarchoň, P. (2023). The role of marketing metrics in social media: A comprehensive analysis. *Marketing Science & Inspirations*, 18(2), 40–49. <https://doi.org/10.46286/msi.2023.18.2.4>

УДК 338.49:628

С.А. Щербініна, к.е.н., доцент
А.М. Галт, студентка
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ОПЕРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛТАВСЬКОГО КАТП-1628 У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МІСЬКОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Операційна діяльність комунальних підприємств, зокрема Полтавського КАТП-1628, розглядається як ключовий фактор забезпечення сталого розвитку міської інфраструктури. В контексті теорії управління складними соціально-економічними системами, підприємство виконує стратегічно важливі функції, спрямовані на підтримку гомеостазу міського середовища. До основних операційних процесів належать: логістика вивезення твердих побутових відходів, комплексне утримання