

Використані джерела:

1. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2019. URL: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2019/>
2. Закордонний досвід цифрової трансформації управління розвитком національної економіки. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/51_2020/44.pdf
3. Топ-25 лідерів діджиталізації. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-lider>
4. Як розвиватиметься цифрова економіка у найближчі роки. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/13/681412/>

Кошіль Вікторія
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та економічної теорії
ЗУНУ Лотиш О. Я.)

ДЛЯ ЧОГО БІЗНЕСУ ПОТРІБНО РОЗВИВАТИСЯ У СФЕРІ SMM (SOCIAL MEDIA MARKETING)?

Соціальні мережі сьогодні – це не просто фотографії з відпочинку та репости статей про політику. Зараз це окремий світ. Тут шукають відповіді на безліч різноманітних питань, довіряють відгукам, рекомендують, купують – тут живуть і непогано процвітають бізнеси, які добре тямлять у сфері SMM [1].

Абревіатура SMM прийшла до нас з англійської мови і розшифровується як «Social Media Marketing», що можна дослівно перекласти як «маркетинг в соціальних мережах». Це відносно новий, але дуже перспективний напрямок інтернет-маркетингу, до якого все частіше останнім часом вдаються організації різних галузей. Діяльність SMM, спрямована на залучення клієнтів і зростання продажів за допомогою взаємодії зі споживачами через соціальні медіа. Або, якщо говорити простіше, це комплекс заходів по запуску і веденню сторінки в соціальних мережах.

Соціальні мережі, які найбільш популярні в Україні це Facebook, YouTube, Instagram, Telegram, Twitter, LinkedIn. За останні кілька років із зростанням кількості користувачів різноманітних соціальних мереж, SMM-маркетинг став дуже ефективним інструментом для багатьох компаній, які працюють як онлайн так і фізично. Але в той же час, зросла конкуренція за

увагу кожного користувача, тому зараз потрібно докласти більше зусиль, щоб зацікавити та здивувати людей.

Просування бізнесу в соцмережах дозволить підвищити пізнаваність, зробити підписників більш лояльними до компанії, привернути увагу до послуг чи товарів, які продаються, адже у сучасному світі людям простіше робити покупки саме за допомогою соціальних мереж, аніж виходити з дому і йти в магазин. За допомогою соціальних мереж компанії можуть скоротити відстань до своїх клієнтів. Вони мають можливість отримувати інформацію від своїх клієнтів і використовувати її, наприклад, для вдосконалення продуктів і послуг, а також для того, щоб передбачити, якими будуть потреби клієнтів у майбутньому[3].

Загалом маркетинг у соціальних мережах і контент-маркетинг живуть завдяки взаємодії. Ви отримаєте лайки, коментарі та нових підписників (майбутніх покупців) на свій профіль лише тоді, коли ви зацікавите своїх потенційних клієнтів, вступите в діалог з ними, тому слід спілкуватися зі своїми підписниками в особистих повідомленнях, за допомогою постів, історій та багатьох різних форматів. Контакт з аудиторією допомагає компанії краще зрозуміти її потреби і створити та реалізувати продукт відповідно до цих запитів.

Підвищення рівня довіри до компанії. Коли потенційний клієнт бачить живий профіль фірми в Facebook або Instagram, то розуміє, що фірма працює не перший день і дорожить своєю репутацією. Підвищення рівня довіри до бренду підвищує рівень продаж. Дедалі менше користувачів марнують час на дзвінки й дедалі більше залишають свої запитання, скарги та подяки онлайн. Соціальні мережі дозволяють зробити це публічно, користувач може розраховувати на більш швидку відповідь, а також отримати додаткову інформацію від інших покупців [4].

Ви також можете збільшити трафік і охоплення за допомогою реклами. Це може бути таргетована реклама, реклама у різних знаменитостей/блогерів, реклама від ваших покупців. Рекламні макети мають бути захопливими та вражаючими, наприклад, варто показати вигоду для покупця, щоб подумали: «Мені це дуже потрібно, я хочу придбати це», от тоді можна вважати, що реклама чудова.

Проведення інтерактивних онлайн-заходів: конкурси, акції, розіграші в соцмережах набагато ефективніші. Про них простіше оповістити зацікавлену аудиторію. Мережі надають низку зручних інструментів для їхнього проведення (підписки, «лайки», «репости», «ретвіти»), а також включають соціальний елемент конкурсу. Користувачі бачать, хто ще поруч із ним бере

участь, які результати й шанси в інших людей. Отже, знову ж таки – підвищується довіра до результатів різноманітних акцій.

Соціальні мережі потрібні – це факт. Але вони не можуть зробити диво, якщо ваш продукт не найкращої якості, а ваші працівники хамлять відвідувачам. Тож надійтеся на SMM, але не дуже. Будуйте бізнес, який захочеться лайкнути та порекомендувати іншим.

Використані джерела:

1. Все про SMM та користь соціальних мереж для бізнесу URL: <https://bevisible.com.ua/blog/vse-pro-smm/> (дата звернення 10.10.2022).

2. Навіщо вашому бізнесу потрібен SMM URL: <https://vikna.if.ua/news/category/all/2021/07/09/123968/view> (дата звернення 09.10.2022).

3. Warum benötigen Unternehmen Social-Media-Marketing? URL: <https://blog.hilker-consulting.de/social-media-marketing/warum-unternehmen-social-media-marketing-benoetigen> (дата звернення 07.10.2022).

4. Соціальні мережі для бізнесу – використовуємо правильно! URL: <https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/> (дата звернення 12.10.2022).

Кремезь Алла
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки та економічної теорії
ЗУНУ Козюк В.В.)

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ВИКРИВЛЕННЯ В РОЗПОДІЛІ ДОХОДІВ

На сьогодні бідність та нерівність залишаються найважливішими проблемами сучасності у всьому світі [1]. Нерівність є явищем, що властиве для усіх суспільств, і розглядається нами як відносна оцінка розвитку, що пов'язана з розподілом багатства, майна, власності, капіталу, доходу, економічної влади, соціальних послуг, засобів виробництва тощо, проте рівень нерівності не є постійним.

Дана проблема в Україні суттєво поглибитися у зв'язку з останніми подіями. 24 лютого 2022 року була розпочата повномасштабна війна Російської Федерації проти України, нова економічна криза, яка вже зруйнувала механізм стабільного життя мирного населення та внесе суттєві корективи в світову економіку та її функціонування, яка ще не встигла відновитися після пандемії Covid-19, як знову негативні події сколихнули світ.