

просто реагувати на поточні тенденції, а й адаптувати свої стратегії до майбутніх викликів.

Завершуючи, ключ до успіху в сучасній економіці послуг полягає не тільки у високій технічній якості та ефективності наданих послуг, а й у створенні унікального досвіду для споживачів, який залишає глибокий слід у їхній свідомості та сприяє формуванню міцних емоційних зв'язків з брендом. Це вимагає глибокого розуміння потреб та бажань клієнтів, а також здатності інноваційно та творчо підходити до розв'язання їхніх проблем.

### **Перелік використаних джерел:**

1. Dabholkar, P.A., Shepherd C.D., Thorpe D.I. A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*. 2000. Vol. 76. №2. pp.131–139.
2. Onkvisit, S. *Consumer Behavior: Strategy and Analysis* / S. Onkvisit, J. J. Shaw. 4<sup>th</sup> Editions. New York: Routledge. 2004. 594 p.
3. Yong Yin, K. E. Stecke, Dongni Li. The evolution of production systems from Industry 2.0 through Industry 4.0. *International Journal of Production Research*. 2018. №56. pp. 848–861

*Тетяна Рудакевич*

Західноукраїнський національний університет,  
м. Тернопіль

Науковий керівник:  
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

## **ГЛОБАЛЬНІ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ПЛАТФОРМИ**

Соціальне підприємство визначає, як соціальні медіа вписуються в цифрову архітектуру підприємства та як соціальні медіа перетворюють соціальне підприємство. Завдяки ефективному використанню соціальних медіа компанії досягли суттєвої ефективності в обслуговуванні клієнтів із скороченням часу обробки та витрат на кожну справу більш ніж на 30%. Підприємства змогли збільшити свою участь у співпраці більш ніж на 200% і збільшити дохід більш ніж на 100% завдяки реалізації стратегії соціального бізнесу. Ці підприємства змогли досягти цього, створивши та впровадивши платформу цифрової соціальної співпраці менш ніж за три місяці.

Останні статистичні дані показують, що Facebook продовжує залишатися лідером соціальних медіа з 3,05 мільярдами активних користувачів у 2024 році. Це означає, що троє з п'яти із 5,17 мільярдів користувачів соціальних мереж у всьому світі є активними користувачами Facebook. Статистика Facebook і його рейтинг у соціальних мережах говорять про те, що це не лише платформа соціальних медіа з найбільшою кількістю користувачів, але й одна з програм, на які споживачі витрачають найбільше часу. Користувачі Android у всьому світі витрачають на додаток Facebook 19 годин 47 хвилин на місяць. Другим у списку

найпопулярніших платформ соціальних мереж у 2024 році є YouTube з 2,49 мільярда активних користувачів – 81,7% від загальної кількості користувачів Facebook. З огляду на те, що щохвилини в усьому світі на YouTube завантажується 500 годин відео, може здатися, що помітити нове відео є важким завданням. Але також потрібно взяти до уваги статистику YouTube: 1 мільярд годин відео на YouTube переглядається щодня, і чверть людей зазначають, що відкривають нові продукти через рекламу YouTube [1].

Третя і четверта за популярністю соціальні медіа-платформи – WhatsApp і Instagram, кожна з яких має по 2 мільярди активних користувачів. До речі, обидва належать тій же материнській компанії, що й Facebook, а саме: Meta. Далі в списку йдуть TikTok і WeChat, китайська версія WhatsApp, з 1,56 млрд і 1,34 млрд користувачів у всьому світі відповідно. Лише ці шість соціальних мереж мають понад мільярд активних користувачів у всьому світі. За WeChat слідує Facebook Messenger, інша компанія, що належить Meta, з 979 мільйонами користувачів по всьому світу. Цей рейтинг у соціальних мережах чітко відображає домінування Meta. З семи найпопулярніших платформ соціальних медіа більше половини є її суб'єктами, а саме Facebook, WhatsApp, Instagram і Facebook Messenger. Інші платформи соціальних мереж з восьмого по десяте за популярністю виглядають так: Telegram: 800 мільйонів; Доуїн: 752 мільйони; Snapchat: 750 мільйонів [1].

Низка трендів в соціальних мережах на 2024 рік ще більше посилять дії їх чинника. Так, у 2024 році доповнена реальність (AR) залишатиметься основною тенденцією, оскільки все більше компаній і організацій будуть використовувати AR для взаємодії зі своїми клієнтами в соціальних мережах. Відеоконтент залишатиметься ключовою тенденцією у 2024 році, коли все більше компаній створюватимуть інтерактивні та захоплюючі відео для своїх облікових записів у соціальних мережах. Чат-боти стануть все популярнішими, і все більше компаній і організацій використовуватимуть їх для відповідей на запитання клієнтів і надання підтримки. Покупки в соціальних мережах також ставатимуть все більш популярними, оскільки компанії використовують соціальні мережі, щоб демонструвати свої продукти та послуги та дозволяти клієнтам купувати безпосередньо зі своїх облікових записів у соціальних мережах. Інфлюенсерський маркетинг і надалі залишатиметься потужним інструментом для бізнесу в 2024 році, оскільки він використовує охоплення та авторитет впливових людей для просування своїх продуктів і послуг. Рекламу в соціальних мережах буде важливою частиною будь-якої стратегії соціальних мереж у 2024 році, оскільки компанії орієнтуються на певну аудиторію за допомогою оголошень, адаптованих до їхніх інтересів [2].

Щоб визначити, яка платформа соціальних медіа найкраща для маркетингу, варто звернути увагу на те, що це залежить від типу маркетингу, яким клієнт хоче займатися, і цільової аудиторії. Загалом очікується, що найпопулярнішими платформами соціальних медіа для маркетингу в 2024 році будуть Facebook, Instagram, Twitter і YouTube. Важко передбачити, якою буде наступна велика соціальна медіа, оскільки популярність різних сайтів може швидко й несподівано змінюватися. Проте є кілька потенційних претендентів,

які набирають обертів, зокрема TikTok, Vero та MeWe. Неможливо передбачити, яка платформа соціальних медіа буде найактивнішою у 2024 році. Проте одними з найпопулярніших платформ соціальних медіа у 2023 році були Facebook, Instagram, Twitter, YouTube і TikTok, і цілком ймовірно, що ці платформи залишаться популярними у 2024 році.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Bernhardt Greg. Top 10 Most Popular Social Media Platforms. Social Media Optimization. 2024. URL: <https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms>

2. Social Media Statistics Details. University of Maine. 2024. URL: <https://umaine.edu/undiscoveredmaine/small-business/resources/marketing-for-small-business/social-media-tools/social-media-statistics-details/>

*Максим Жубіль*

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль

## **МІЖНАРОДНА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ У РЕГУЛЮВАННІ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПРАЦІ**

Міжнародний ринок праці має значний вплив на економічний розвиток країн та підвищення життєвого рівня населення, але водночас потребує уваги до різноманітних викликів, пов'язаних з міграцією, культурною адаптацією, та захистом прав працівників.

Виклики, які постають в сучасних умовах перед світовою економікою, впливають і на розвиток і функціонування міжнародного ринку праці, зокрема, зміна клімату створює нові проблеми пов'язані з додатковою трудовою міграцією та втратою робочих місць; технологічний прогрес і спровоковані ним зміни у вигляді автоматизації виробничих процесів залишають людей безробітними, замінюючи їх машинами; тощо. Тому виникає необхідність в необхідності регулювання міжнародного ринку праці, провідна роль у цьому відводиться Міжнародній організації праці (МОП).

Міжнародна організація праці – це спеціалізована агенція Організації Об'єднаних Націй, яка створена для зменшення соціальної несправедливості шляхом покращення умов праці у світі та об'єднує зусилля представників урядів, працівників та роботодавців щодо питань, пов'язаних з працею та соціальним захистом. МОП є важливою міжнародною організацією, яка понад 100 років відіграє ключову роль у захисті прав працездатних осіб та сприянні соціальній справедливості. МОП розробляє та встановлює міжнародні норми та стандарти у сфері праці у вигляді конвенцій та рекомендацій, що охоплюють такі аспекти, як права працівників, безпека на роботі, соціальне забезпечення, зайнятість та трудові відносини тощо, крім того, організація займається питаннями незаконної