

оскільки в умовах науково-технічного прогресу і розробки інноваційних технологій охорона здоров'я займає одну з основних позицій у забезпеченні ефективності суспільного відтворення.

Використані джерела

1. Бобришева О. В. Ефективний розвиток та функціонування ринку медичних послуг в умовах глобалізації економіки та інтеграційних процесів в охороні здоров'я. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Економіка"*. 2014. Вип. 8-2. С. 12-18.
2. Смотров О. І. Договір щодо платного надання медичних послуг: автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Національний університет внутрішніх справ. Харків, 2003. 18 с.
3. Рижкова Є. Ю. Правові аспекти регламентації контролю якості надання медичних послуг. *Право і суспільство*. № 1-2. 2014. С. 162-167.
4. Чехун О. В. Надання платних медичних послуг: цивільно-правові аспекти. *Часопис Київського університету права*. 2010. № 2. С. 213-215.

Музика Олена

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Дяків О.П.)

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Соціальні мережі – це феномен ХХІ століття. В сучасних умовах вони є не лише частиною життя суспільства, і не тільки способом просування товару, але й важливим фактором змін у принципах ведення підприємницької діяльності.

Сьогодні можна спостерігати, як все більше компаній малого та середнього бізнесу розвивають свої торговельні точки в інтернеті та соціальних мережах. Експерти в сфері електронної комерції, зазначають, що Україна активно оволодіває інтернет-технологіями, тому цифровий ринок в Україні зростатиме. За рахунок великої кількості користувачів і швидкого освоєння Інтернету населенням український онлайн ринок має досить непогані перспективи. Наш народ дуже любить економити, правда, гроші, але вже привчається економити і час. На даний час є стійкий тренд розвитку і освоєння

онлайн-споживання в Україні та великий інтерес з боку всіх учасників цього ринку, а також ринків суміжних напрямів, таких як онлайн-платежі, профільні соціальні ком'юніті (обговорення товарів, рейтинги продавців, шерінг споживчого досвіду тощо [1].

В період, коли у світі наступив період карантину, особливо актуальною стала інтернет платформа для просування не лише товару, а й послуг, велика кількість експертів з різних сфер створюють особисті блоги для просування власного бренду. Отже, можна виділити такі основні позитивні моменти, що створюють соціальні мережі для бізнесу в Україні:

1. Використання соціальних мереж для створення власного бренду.

Соціальні медіа є досить суперечливим явищем, тому експерти радять дотримуватися певного балансу між звичайним існуванням та активним просуванням. Безумовно, при розвитку особистого бренду в медіа збільшується кількість клієнтів, що дає змогу збільшити обсяги продажів. Попри це все потрібно пропонувати якісний контент, надсилати листи із певною метою і уникати розміщення матеріалу тільки заради розповсюдження.

2. Можливість відкриття власної справи без великого капіталовкладення.

Соціальні мережі – ідеальна платформа для тих, хто не має власного капіталу, проте хоче займатись підприємницькою діяльністю. Поступово з'явиться власна цільова аудиторія, якій можна пропонувати послугу/товар.

3. Розширення клієнтської бази.

Інтернет та соціальні медіа надають майже необмежений доступ до потенційної бази клієнтів.

4. Інтернет як засіб PR.

Кожен підприємець може використовувати інтернет платформу як засіб піару власного бренду. Він має змогу представити бренд у вигідному світлі за допомогою налагоджування ефективного зворотного зв'язку[2].

Соціальні платформи мають також зворотний бік монети і можуть негативно впливати на діяльність компанії. Зокрема це: проблема забезпечення безпеки даних (захист конфіденційності інформації) та непродуктивність витрати робочого часу (проведення його в соціальних мережах заради спілкування) [3].

Отже, соціальні платформи на сьогодні – це величезні можливості для молодих та креативних людей. Соціальні мережі для малого та середнього бізнесу забезпечують просування власного продукту далеко за межами власної країни та основою розташування власних позицій на національному ринку. Попри значні можливості, медіа загрожує витоком корпоративної інформації, збільшення можливостей кібер-злочину, не продуктивна витрата часу з боку працівників. За рахунок меншого капіталовкладення зростає мотивація молодих українських підприємців для масштабнішого використання соціальних медіа ресурсів для розвитку бізнесу, ігноруючи при цьому всі можливі ризики.

Використані джерела

1. Бондар Ю. Як криза перешкоджає eCommerce і як досягнути успіху в електронних продажах навіть в складних ситуаціях [Електронний ресурс].
URL:<https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fwww.companion.ua%2Farticles%2Fcontent%3Fid%3D299768>
2. One out of five businesses are infected by Malware through Social Media.
URL:<https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fwww.pandasecurity.com%2Fmediacenter%2Fsocial-media%2Fuh-oh-one-out-of-five-businesses-are-infected-by-malware-through-social-media>
3. Картер Б. Як використовувати соціальні мережі для просування бізнесу.
URL:<https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fwww.business.ua%2Fmy-business%2Frost%2Fkak-ispolzovat-sotsialnye-seti-dlya-prodvizheniya-biznesa-269503>