

УДК 159.95.344

Бухтєєва Т.В.

здобувач вищої освіти

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

РОЛЬ СОЦМЕРЕЖ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КОМПАНІЇ

Позитивний імідж для компанії в умовах глобалізації та високої конкуренції, особливо серед підприємств, що виробляють продукти-замінники, є одним із найбільш значущих факторів конкурентоспроможності і забезпечує її успішну діяльність. [1]

Формування іміджу – це постійний динамічний процес, протягом якого може бути задіяний різний інструментарій. Одним з сучасних засобів є використання соціальних мереж, які можуть бути задіяні на кожному з етапів його формування.. Поширення і популярність соцмереж з кожним роком зростає. Потенційні клієнти проводять в них в середньому 2,5 год, що включають пошук товарів і послуг онлайн [2]. Тобто, саме на цих платформах зростає можливість налагодити двосторонню комунікацію і продемонструвати переваги бренду [3].

Вивчення впливу соцмереж на образ компанії набуло поширення не так давно, що зумовлює потребу дослідження. В науковому середовищі дане явище досліджували: Т. Vukasovic, D. Langaro, PA Gloor, І. Парфенюк, О.А. Старинець, Л.О Івченко, Ю.А. Грудецька та інші.

Соцмережі стали одним з інструментів реалізації маркетингової стратегії компанії. Просування товарів, послуг, бренду в соціальних мережах, спосіб вза - ємодії компаній із цільовою аудиторією на соціальних платформах, блогах, форумах, спільнотах дістало назву Social Media Marketing, або SMM [4]. Маркетологи використовують їх як засіб реклами, PR-фахівці вибудовують комунікацію з цільовими спільнотами для формування позитивного іміджу організації. [5]

Ефективність і перспективність використання даних платформ доведена нещодавніми науковими дослідженнями [2]:

- Основна частина (74%) користувачів соціальних мереж використовувала їх для пошуку інформації про бренди.

- В середньому 5 частина акаунтів, на які підписані люди, належить компаніям та брендам.

- Багато людей дізнаються про нові товари та послуги через рекламу в соцмережах (27%), рекомендації та коментарі від інших користувачів (22%).

- Витрати на рекламу в соцмережах зростають, і наразі складають близько третини від усіх витрат на рекламу в Інтернеті.

Вплив соцмереж на імідж компанії узагальнено можна представити за допомогою рис.1.



Рис. 1 – Вплив соцмереж на імідж компанії [сформовано автором]

Отже, соцмережі відіграють важливу роль в системі формування образу компанії. Це зумовлено збільшенням кількості часу, які люди проводять в інтернеті. Імідж в соцмережах може формуватися як стихійно, так і цілеспрямованими діями компанії. Тобто, грамотне використання можливостей для формування іміджу, які пропонують платформи соціальної взаємодії, допоможе забезпечити конкурентоспроможність компанії у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Лозовський О. М. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності / О. М. Лозовський, І. В. Дрончак. // Молодий вчений. – 2016. – №1. – С. 101–104.
2. Digital 2023 report [Електронний ресурс] // We are social. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/>
3. Івченко Л. О. Використання соціальних мереж для формування іміджу туристичного підприємства / Л. О. Івченко, Ю. А. Грудецька. // Молодий вчений. – 2020. – №1. – С. 250–254.
4. Ярмолюк О. Я. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування / О. Я. Ярмолюк, Ю. В. Фісун, А. А. Шаповалова. // Підприємництво та інновації. – 2020. – №11(2). – С. 62–65.
5. Парубець О. М. Специфіка використання соціальних мереж для формування корпоративного іміджу організації / О. М. Парубець. // International scientific and practical conference. – 2021. – С. 43–46.

УДК 334.012.42:004]:316.472.4

Веремієць М.Д.

здобувач вищої освіти

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

Зараз наше суспільство перебуває в розпалі ери цифрової трансформації, яка характеризується масштабними змінами в технологіях, оперуванням величезними обсягами інформації, доступом до глобальних інноваційних процесів та значним розвитком у способах використання підприємствами різноманітних інформаційних технологій.

Інформаційні системи та соціальні мережі стали важливими інструментами для забезпечення ефективного функціонування бізнесу, які розвиваються за допомогою комп'ютерних ресурсів та відповідних додатків. Вони забезпечують широке використання ресурсів для отримання, обробки, зберігання, передачі та просування інформації, що є важливим для прийняття рішень в бізнесі. Соціальні