

УДК 338.28

Беспалова А.В., студ., 4 курс, гр. ЕК-5, ФБСО

Науковий керівник: Обіход С.В., к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів та цифрової економіки

*Державний університет «Житомирська політехніка»***Сутність та значення соціальних медіа для бізнесу**

Соціальні медіа стали однією з ключових складових сучасного бізнесу, створюючи новий рівень комунікації та взаємодії між компаніями та їх споживачами.

Соціальні медіа розуміємо як онлайн-платформи та вебсайти, які дозволяють людям взаємодіяти, обмінюватися інформацією, створювати та ділитися контентом у цифровій формі. Основна мета соціальних медіа полягає у створенні можливостей для інформування і комунікації між користувачами, обміну думками, досвідом і новинами. Соціальні медіа та соціальні мережі часто вживають як синоніми, проте між ними є певні відмінності. Соціальні медіа – це ширший термін, який охоплює всі цифрові платформи для створення, обміну та поширення контенту. Це можуть бути соціальні мережі (Facebook, Instagram), блоги (WordPress, Medium), відеохостинги (YouTube), форуми та інші форми онлайн-взаємодії. Соціальні медіа охоплюють різноманітний контент: текстовий, візуальний, аудіо, відео тощо. Соціальні мережі розглядаємо як вид соціальних медіа, які зосереджені на побудові зв'язків між користувачами. Їх основна мета – забезпечити можливість для людей створювати та підтримувати особисті або професійні зв'язки ( до прикладу, Facebook, LinkedIn, X (Twitter), де люди формують кола друзів, підписників чи контактів, спілкуються, обмінюються новинами й думками).

Соціальні медіа суттєво впливають на культуру, суспільство та економіку, адже вони об'єднують людей з усього світу та формують нові тенденції в комунікації та інформаційному просторі. Соціальні медіа мають важливе значення для бізнесу, оскільки відкривають нові можливості для комунікації з клієнтами та формування іміджу суб'єкта господарювання, маркетингу. Соціальні медіа є не тільки каналом для продажу та реклами, але й простором для формування довготривалих відносин з аудиторією, що в кінцевому результаті сприяє успіху бізнесу.

Важливість використання соціальних медіа в бізнесі пояснюється наступними причинами:

1. Доступ до глобальної аудиторії.
2. Аналіз і розуміння ринку і конкурентів.
3. Контент-маркетинг.
4. Ефективний маркетинг із низькими витратами і реклама.
5. Розширення каналів продажу.
6. Залучення клієнтів, лідогенерація.
7. Підвищення лояльності.
8. Клієнтська підтримка та зворотний зв'язок.
9. Побудова бренду та підвищення його впізнаваності.

Завдяки соціальним медіа суб'єкти господарювання можуть охопити міжнародну аудиторію, що особливо важливо для бізнесів, які прагнуть вийти на глобальні ринки або працюють із клієнтами в різних країнах. Соціальні медіа дозволяють бізнесам отримувати інформацію про тенденції, аналізувати поведінку споживачів і спостерігати за конкурентами, бачити, що обговорюють користувачі, та адаптуватися до змін у попиті. Платформи також надають аналітику щодо взаємодії, поведінки та інтересів аудиторії. Це допомагає адаптувати стратегію та пропонувати нові продукти або послуги, які будуть більш актуальними.

Соціальні медіа підтримують різні формати контенту, який можна використовувати для створення освітніх, розважальних чи комерційних матеріалів. Це дає можливість бізнесам створювати корисний та цікавий контент, який не тільки залучає, але й навчає клієнтів, що збагачує взаємодію і підвищує цінність бренду.

Деякі соціальні медіа мають інструменти для продажу продуктів безпосередньо через соцмережу, що спрощує процес покупки для клієнтів. Це дозволяє бізнесу не лише рекламу, але і прямиий продаж товарів, роблячи шлях клієнта від перегляду до покупки більш зручним.

Соціальні медіа дають змогу ефективно націлювати рекламу на конкретні аудиторії, знижуючи витрати на маркетинг і збільшуючи точність таргетингу. Завдяки різним форматам реклами, як-от відео, каруселі, оголошення з каталогу, бренди можуть легко просувати свою продукцію або послуги. Завдяки гнучкому таргетингу та аналітиці можна досягати цільової аудиторії за розумною ціною. Важко переоцінити можливість точного та персоналізованого таргетингу, що дозволяє бізнесу суттєво підвищити ефективність своїх маркетингових стратегій. Соціальні медіа пропонують потужні аналітичні інструменти, завдяки яким компанії можуть вивчати поведінку, уподобання та потреби своїх споживачів. На основі цих даних вони мають змогу налаштовувати рекламу таким чином, щоб вона максимально відповідала інтересам цільової аудиторії, що дозволяє зменшити витрати на маркетинг та підвищити ефективність рекламних кампаній. Таким чином, компанії отримують можливість підвищувати рентабельність інвестицій, зосереджуючи ресурси на тих сегментах, які найбільше зацікавлені у їхніх товарах чи послугах.

Соціальні медіа також є важливим джерелом аналітичних даних.

Соціальні медіа дозволяють бізнесу безпосередньо комунікувати з клієнтами, відповідати на запитання, швидко вирішувати проблеми та отримувати зворотний зв'язок в режимі реального часу. Це підвищує задоволеність клієнтів та їхню довіру до бренду, а також допомагає утримувати їх і підвищувати рівень лояльності. Також соціальні медіа дозволяють отримувати потенційних клієнтів, зацікавлених у продуктах чи послугах бренду.

Швидка комунікація з клієнтами, вирішення їхніх проблем і запитань створює позитивний досвід взаємодії. Соціальні медіа також дозволяють швидко реагувати на негативні відгуки та виправляти проблеми, що формує довіру та задоволеність споживачів.

Соціальні медіа дозволяють бізнесам демонструвати свої продукти, послуги та цінності. Візуальний контент, інтерактивні пости та реклама дозволяють формувати унікальний образ бренду і донести його цінності до великої аудиторії. Це допомагає залучити нових клієнтів і підтримувати зв'язок із постійними. Суб'єкти господарювання, що активно використовують соціальні мережі, мають можливість швидко та ефективно доносити до споживачів свої основні меседжі та створювати позитивний імідж, що посилює довіру клієнтів і впливає на вибір бренду.

Соціальні медіа є невід'ємною частиною сучасного бізнес-середовища. Соціальні медіа для бізнесу – це багатофункціональний інструмент, який дозволяє ефективно взаємодіяти з клієнтами, знижувати витрати на рекламу та просування, а також формувати сильний імідж бренду. В умовах швидкої зміни ринкових тенденцій, соціальні медіа стають важливим ресурсом, що дозволяє бізнесу бути гнучким, адаптивним та орієнтованим на споживача, зміцнюючи свої позиції у цифровому просторі.

#### **Список використаних джерел**

1. Григорова З.В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. Технологія і техніка друкарства. 2017. № 3(57). Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/335017907\\_Novi\\_media\\_socialni\\_media\\_socialni\\_merez\\_i\\_-\\_ierarhia\\_informacijnogo\\_prostoru](https://www.researchgate.net/publication/335017907_Novi_media_socialni_media_socialni_merez_i_-_ierarhia_informacijnogo_prostoru). Дата звернення: 29.10.2024.

2. Каплуненко В.О., Бондаренко С.В. Основні підходи до визначення поняття соціальні медіа (огляд зарубіжних та вітчизняних досліджень). Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2020. Т2, № 12. С. 236-240. Режим доступу: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9274>

3. Крамаренко А.О. Соціальні медіа та бізнес: можливості і загрози. Соціальна економіка, 2016. С. 152-155. [https://www.researchgate.net/publication/328532025\\_Socialni\\_media\\_ta\\_biznes\\_mozlivosti\\_i\\_zagrozi](https://www.researchgate.net/publication/328532025_Socialni_media_ta_biznes_mozlivosti_i_zagrozi)