

Продовження таблиці 1

1	2	3
Моніторити прогрес	Впровадження технології є безперервним процесом, і компанії повинні відстежувати свій прогрес, щоб переконатися, що вони досягають своїх цілей	Стратегічне управління може допомогти підприємствам встановити ключові показники ефективності і показники, щоб відстежувати їхній прогрес і за потреби вносити корективи
Вирішувати потенційні проблеми	Впровадження технології може бути пов'язане з проблемами, зокрема технічними проблемами, опором співробітників і змінами робочих процесів	Стратегічне управління може допомогти підприємствам передбачити ці виклики та розробити стратегії їх пом'якшення, наприклад програми навчання, комунікаційні плани та процеси управління змінами.

Таким чином, стратегічне управління відіграє життєво важливу роль в успіху підприємств, які використовують сучасні технології. Воно допомагає підприємствам створити дорожню карту для впровадження технологій, визначити нові можливості для зростання та розвитку, прийняти обґрунтовані рішення щодо інвестицій у технології. Стратегічно використовуючи технології, підприємства можуть отримати конкурентну перевагу, підвищити ефективність і зменшити витрати. Оскільки технології є змінними, тобто продовжують розвиватися, інтеграція стратегічного управління в бізнес-технології стане ще більш важливою для успіху бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Стратегічний менеджмент. Вікіпедія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%> (дата звернення: 11.04.2023)
2. Переваги стратегічного підходу. Студопедія: веб-сайт. URL: https://studopedia.com.ua/1_35289_perevagi-strategichnogo-pidhodu-do-upravlinnya.html (дата звернення: 10.04.2023)
3. Навіщо бізнесу опановувати нові технології? Mind.ua: веб-сайт. URL: <https://mind.ua/openmind/20226614-virtualni-myazi-yak-i-navishcho-biznesu-opanovuvati-novi-tehnologiyi> (дата звернення: 10.04.2023)

УДК 004.738.5

*Краснікова-Колосова С. В.,
здобувач вищої освіти першого (бакалавр.) рівня
(Науковий керівник – к.т.н., доц., Савеленко Г. В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет*

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЕЛЕКТРОННУ КОМЕРЦІЮ

У останні роки соціальні мережі внесли суттєві зміни у спосіб взаємодії між людьми та бізнесом. Платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та

інші, стали невід'ємною складовою електронної комерції, а компанії активно використовують їх для просування продуктів, спілкування з клієнтами та збільшення продажів.

Розгляньмо кілька переваг соціальних мереж у контексті електронної комерції. Однією з головних переваг соціальних мереж є їх потужний охоплювальний потенціал. Платформи соціальних медіа мають мільйони користувачів по всьому світу, що надає підприємствам можливість просувати свої товари та послуги перед широкою аудиторією. Крім того, соціальні мережі дозволяють компаніям спрямовувати свої маркетингові зусилля на конкретні демографічні групи, що забезпечує охоплення різних цільових аудиторій.

Ще однією перевагою соціальних мереж є можливість взаємодії з клієнтами. Платформи соціальних мереж дозволяють компаніям взаємодіяти з клієнтами в реальному часі, що сприяє побудові міцних взаємин та підвищує рівень лояльності клієнтів. Більш того, соціальні мережі надають зручну платформу для збору відгуків від клієнтів, які можуть бути використані для покращення якості продуктів і послуг.

Проте, наряду з перевагами, соціальні мережі мають певні недоліки для бізнесу. Один з найважливіших недоліків полягає у можливості отримання негативних відгуків і коментарів. У соціальних мережах клієнти мають можливість обмінюватися своїм досвідом з іншими користувачами, і негативний відгук може швидко поширюватися, потенційно завдаючи шкоди репутації компанії.

Ще одним недоліком є ризик кібератак і витоку даних. Платформи соціальних медіа є придатними для зламу, і компанії повинні прикласти додаткові зусилля, щоб захистити свої дані та дані своїх клієнтів від можливих кібератак та небажаних витоків інформації.

Розглянемо вплив соціальних мереж на поведінку споживачів. Соціальні мережі мають значний вплив на споживацьку поведінку, оскільки все більше людей використовують їх для дослідження продуктів і послуг перед покупкою. Платформи соціальних медіа надають споживачам можливість задавати запитання, читати відгуки та отримувати рекомендації від своїх друзів та родичів. Це призвело до змін у споживацькій поведінці: люди все більше залежать від соціальних мереж для отримання інформації перед здійсненням покупки.

Крім того, на платформах соціальних медіа з'являється поняття користувацького змісту. Це вміст, створений самими користувачами, а не брендом або компанією. На соціальних мережах цей контент може бути у різних форматах, таких як фотографії, відео або відгуки. Він стає все більш популярним протягом останніх років, і компанії визнають переваги його використання у своїх маркетингових стратегіях.

Розглянемо деякі з переваг створеного користувачами контенту для електронної комерції:

– *автентичність*: контент, створений користувачами, має більшу автентичність і надійність, ніж корпоративний контент. Клієнти більш довіряють рекомендаціям інших клієнтів, ніж самому бренду. Інтегруючи створений користувачами контент у свої маркетингові стратегії, компанії можуть підвищити рівень автентичності і довіри;

– *залучення*: створений користувачами контент також сприяє взаємодії з клієнтами. Публікація такого контенту на соціальних медіа дозволяє підприємствам заохочувати клієнтів активно спілкуватись з їхнім брендом і ділитися своїм досвідом. Це може допомогти підвищити впізнаваність бренду та лояльність клієнтів;

– *економічна ефективність*: контент, створений користувачами, часто є більш вигідним з економічної точки зору, ніж створення корпоративного контенту. Замість найму професіональних фотографів або відеооператорів, компанії можуть покластися на те, що самі клієнти створять контент. Це дозволяє зменшити маркетингові витрати, одночасно отримуючи високоякісний вміст;

– *розширене охоплення*: такий вид маркетингу допомагає компаніям залучити більш широку аудиторію. Коли клієнти діляться своїм досвідом про продукт або послугу в соціальних медіа, їх підписники та друзі також можуть зацікавитися брендом. Це допомагає збільшити охоплення та впізнаваність бренду.

Загалом, створений користувачами контент став важливим інструментом для компаній електронної комерції, який допомагає підвищити ефективність і знизити маркетингові витрати. Соціальні мережі суттєво вплинули на електронну комерцію, забезпечуючи зміни у взаємодії між компаніями та клієнтами. Проте, існують потенційні ризики, які слід враховувати при використанні даного способу просування товарів і послуг. Незважаючи на це, вплив соціальних мереж на електронну комерцію є таким, що його вже необхідно враховувати в маркетинговій стратегії підприємства, а в майбутньому очікується лише його зростання.

Список використаних джерел:

1. Контент: що це таке і який він буває? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://termin.in.ua/kontent/>. (дата звернення: 01.04.2023)

2. Як соціальна комерція змінює поведінку споживачів. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ag.marketing/blog/socialna-koherciya/>. (дата звернення: 01.04.2023)

УДК: 005:332:331.101

*Крячко Є. Ю.,
здобувач вищої освіти другого (магістер.) рівня
(Науковий керівник – д.е.н., проф. Зайченко В. В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Складна економіко-політична ситуація та війна в країні, а також нестабільна геополітична ситуація в усьому світі накладає свій відбиток на діяльність сільськогосподарських підприємств, закликаючи їх до здійснення безперервного процесу вдосконалення та пристосування до умов зовнішнього середовища, тобто безперервний пошук способів та варіантів удосконалення своєї діяльності, оскільки це одна з основних умов існування на сучасному ринку.