

Таким чином, маючи ці групи, інвестори можуть приймати своєчасні та аргументовані рішення стосовно вкладення грошових коштів у зазначені вище галузі економіки, приймаючи до уваги їх рівень ризику і потенційної рентабельності. В умовах економічної нестабільності і невизначеності, важливим чинником стратегії є антикризове управління, одним із початкових кроків якого є антикризова програма, яка має бути розширеною та розроблятися на підставі проведеної діагностики фінансового стану та загрози банкрутства підприємства, наслідків виникнення ситуації банкрутства, оцінки можливостей підприємства щодо локалізації кризи. Також варто розглядати перспективи розширення ринків і пошук нових клієнтів [2].

Отже, кризові ситуації створюють як загрози, так і нові можливості для підприємств. Успішність бізнесу в кризовий період залежить від здатності швидко адаптуватися, знижувати ризики та використовувати можливості для розвитку. Розробка ефективної антикризової стратегії є ключовим фактором виживання та процвітання підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бабенко В., Назарова Т. Стратегії і інструменти оцінки ризиків управління підприємством в кризових умовах. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3, No. 4. Р. 9–16. doi: 10.46299/j.isjmef.20240304.02.
2. Багорка М.О., Писаренко В.В., Кадирус І.Г., Юрченко Н.І. Антикризовий маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Журфонд, 2022. 344 с.
3. Скляр А. Що потрібно для ефективного підприємництва в умовах кризи. Dropplatforma URL: <https://blog.dropplatforma.com.ua/zarobitok/shho-potribno-dlya-efektyvnogo-pidpryyemnyctva-v-umovah-kryzy/>

Гордєєва-Герасимова Л. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ:

ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ СПІВПРАЦІ

Бізнес – це сукупність економічної, комерційної та виробничої діяльності, яку здійснюють фізичні особи, підприємці або організації для отримання прибутку та задоволення потреб споживачів. Він охоплює процеси використання природних

ресурсів, створення продукції, купівлю, продаж, надання послуг та обмін товарами чи послугами на вигідних умовах [1].

Основна мета бізнесу – досягнення фінансової вигоди та економічного зростання через ефективне управління ресурсами, впровадження інновацій та побудову взаємовигідних відносин із партнерами, клієнтами та суспільством. Бізнес може бути малим, середнім або великим, працювати в різних галузях – від виробництва та торгівлі до фінансів, ІТ, медицини чи освіти.

Окрім отримання прибутку, сучасний бізнес також несе соціальну відповідальність, впливаючи на розвиток суспільства, створюючи робочі місця, підтримуючи екологічні ініціативи та сприяючи інноваціям.

На сьогодні соціальні мережі стали актуальним інструментом для впровадження та розвитку бізнесу, вони надають платформу для просування продуктів і послуг, а також сприяють залученню клієнтів та побудови бренду.

Це пояснюється тим, що наразі соціальні мережі як засіб спілкування є невід’ємною частиною соціальної складової сучасного суспільства. Вони все більш активно використовуються як засіб комунікації. Особливого розвитку це набуло з початку пандемії COVID-19.

Отже, розглянемо позитивні сторони застосування соціальних мереж для впровадження бізнесу. Створення та ведення бізнесу в соціальних мережах не потребує значних початкових інвестицій. Для початку необхідно створити професійний профіль або сторінку, правильно оформити її та регулярно наповнювати цікавим контентом. Навіть малі та середні підприємці можуть просувати свої товари й послуги без великих витрат на рекламу. Соціальні мережі дозволяють підприємцям швидко змінювати стратегію розвитку бізнесу залежно від змін ринку та потреб клієнтів. Знаходячись на фрилансі або за умови онлайн-бізнесу достатньо легко здійснювати тестування нової продукції, удосконалювати рекламні кампанії та коригувати контент, що допомагає підтримувати актуальність пропозицій.

Використовуючи вбудовані аналітичні інструменти соціальних мереж, бізнес може отримувати детальну інформацію про поведінку користувачів, їх інтереси та взаємодію з контентом. Це дозволяє проводити ефективні рекламні кампанії, створювати персоналізовані пропозиції та вдосконалювати маркетингові стратегії. Присутність бізнесу у соціальних мережах може не обмежуватися локальним ринком. Завдяки онлайн-присутності компанії можуть виходити на

міжнародний рівень, залучати клієнтів із різних країн та розширювати свою аудиторію, наприклад, використовуючи рекламу, партнерства та співпрацю з блогерами. Зауважимо, що при використанні соціальних мереж для впровадження та просування бізнесу можна зіткнутися з рядом труднощів.

Високим рівнем конкуренції, яка пояснюється тим, що соціальні мережі є доступним майданчиком для всіх бажаючих їх використати. Будь-хто може створити бізнес-сторінку, що ускладнює можливість бути впізнаним серед безлічі схожих пропозицій. Щоб досягти успіху, важливо розробити унікальну стратегію, застосовувати нестандартні підходи та глибоко розуміти потреби своєї аудиторії.

Щоб підтримувати зацікавленість аудиторії, необхідно регулярно створювати релевантний і привабливий контент. Це вимагає знань у сфері контент-маркетингу, SMM (Social Media Marketing) та розуміння алгоритмів соцмереж, які визначають видимість і охоплення публікацій.

Соціальні мережі постійно оновлюють алгоритми роботи, що впливає на охоплення публікацій. Контент, який раніше мав високий рівень зацікавленості, може різко втратити ефективність. Бізнесу необхідно швидко адаптуватися до змін, використовувати нові формати контенту (відео, сторіз, прямі ефіри) та впроваджувати платну рекламу для стабільного зростання.

Рівень охоплення аудиторії охоплення постійно знижується, тому для успішного просування доводиться інвестувати в таргетовану рекламу, колаборації з інфлюенсерами та інші маркетингові активності. Без правильного використання бюджету та аналітики такі витрати можуть бути малоефективними.

«Сьогодні найбільш популярними соціальними мережами в Україні є Facebook, Instagram, Tiktok та ін. Не менш ніж 70% власників приватного бізнесу використовують соціальні медіа як канали для просування і вирішення інших бізнес-завдань» [2].

Отже, відмітимо, що бізнес у соціальних мережах відкриває перед підприємцями широкі можливості для розвитку, проте вимагає грамотного підходу, стратегічного планування та постійної роботи з контентом та аудиторією. Успіх залежить від креативності, здатності адаптуватися до змін і вміння ефективно використовувати рекламні та аналітичні інструменти. Соціальні мережі є потужним ресурсом для залучення клієнтів і зростання бренду, але лише при правильному управлінні вони можуть стати стабільним джерелом прибутку.

Список використаних джерел:

1. Добрава Н.В. Основи бізнесу: навчальний посібник. Осипова М.М. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
2. Ярмолук О., Фісун Ю., Шаповалова А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11-2. С. 62–65. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.28>.

Гордійчук С. М., Очеретяний Б. Р.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ КРИЗИ

Бізнес-сектор відіграє значну роль у підтримці стабільності та функціональності національної економіки під час кризи. Він відповідає за забезпечення постачання товарів і послуг першої необхідності як ринку, так і населенню.

Крім того, бізнес робить свій внесок у державний та місцевий бюджети через сплату податків, створює робочі місця та підтримує встановлення чесних ринкових відносин. Проте військовий стан, що триває, створює численні проблеми для бізнес-операцій, включно з: руйнуванням підприємств та інфраструктури, перебоями в ланцюгах постачання та логістиці, дефіцитом електроенергії, зниженням доступності товарів і послуг, зростанням витрат виробництва, зниженням купівельної спроможності населення. Незважаючи на ці труднощі, багато підприємств продовжують демонструвати стійкість, намагаючись подолати негативні очікування щодо свого майбутнього зростання та загального виробництва товарів і послуг. Про це свідчать результати 12-ї хвилі дослідження стану українського бізнесу, проведеного з 31 травня по 11 червня 2023 року Advanter Group, Центром розвитку інновацій, Офісом розвитку підприємництва та експорту та нацпроектом «Дія. Бізнес». Одним із ключових показників, які оцінюють у дослідженні, є Індекс активності бізнесу UBI (Ukrainian business index), який вимірює ділову активність, зростання обороту та потенціал створення робочих місць. У червні 2023 року індекс UBI було зафіксовано на рівні 35,36 зі 100 можливих, що свідчить про зростання порівняно з квітнем 2023 року (коли він становив 34,03) і значне покращення порівняно з червнем 2022 року (22,73).