

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ**



**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МАГІСТРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

**За підсумками наукових досліджень 2020 року
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ**



Мелітополь 2020

УДК 621

Всеукраїнська науково-технічна конференція магістрантів і студентів ТДАТУ.
Факультет економіки та бізнесу: всеукраїнська науково-технічна конференція, збірник тез доповідей. м. Мелітополь, 09-18 листопада 2020 року. – Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. – **312 с.**

У збірнику представлено виклад тез доповідей і повідомлень поданих на всеукраїнську науково-технічну конференцію магістрантів і студентів Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного.

Тези доповідей та повідомлень подані в авторському варіанті.

Відповідальність за представлений матеріал несуть автори та їх наукові керівники.

Секція – УЧАСТЬ МОЛОДІ У РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Секція – ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Секція – ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Секція – МАРКЕТИНГ

Секція – ЕКОНОМІКА, ТУРИЗМ

Секція – МЕНЕДЖМЕНТ

Секція – ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Матеріали для завантаження розміщені за наступними посиланням:

<http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/rada-molodyh-vchenyh-ta-studentiv/konferenciji/>

- сторінка Ради молодих учених та студентів ТДАТУ

Відповідальний за випуск к.е.н., доцент Демченко І.В.
Факультет економіки та бізнесу

© Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2020

БІЗНЕС В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ

Лисак Г.Є., anuskja@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Соціальні мережі як бізнес-середовище привабливі тим, що відрізняються не тільки низьким порівняно з оффлайновим порогом входження для нових гравців, але і пропонують дуже широкий спектр напрямків роботи, а також у більшості випадків не вимагає прив'язки до певного місця. Вести свої справи ви можете не тільки з будь-якого міста, а навіть з іншої країни, особливо якщо всі процеси чітко опрацьовані, а робота з дзвінками і відправка товарів делеговані досвідченим співробітникам.

Сьогодні Social Media Marketing (SMM) - це основа інтернет-маркетингу. Рекламу в Google сильно поступається за ефективністю грамотному веденню соціальних мереж для бізнесу. І якщо мова йде про гарну маркетингову стратегію в Інтернеті, то вона не може виключати розвиток бренду компанії в соціальних медіа.

Переваги використання соцмереж для просування бізнесу:

- ✓ дуже високий трафік;
- ✓ багато типів аудиторії;
- ✓ порівняно невеликі фінансові вкладення;
- ✓ можливість формування постійної аудиторії;
- ✓ доступність для будь-якого масштабу бізнесу;
- ✓ високий попит.

Ось кілька основних кроків, які дозволять ефективно просувати свій продукт або послугу в соціальній мережі:

Введення пункту про розвиток в соцмережах в свій бізнес-план. Ведення бізнес-профілю і просування бізнесу в соцмережах - це дуже трудомісткий процес. Його відразу необхідно прописати в своєму бізнес-плані, щоб не виникло «накладок» і не страждали інші сфери реалізації.

Створення сторінки свого бізнесу. Аккаунт в Instagram або сторінка / співтовариство бізнесу, прив'язана до реального користувачеві Facebook. Рідше, що в цілому менш ефективно, - створення бізнес-аккаунта в форматі звичайного користувача (Facebook). Такого краще уникати, як мінімум, тому, що це порушує правила спільноти, а також неефективне.

Визначення цільової аудиторії. Для багатьох компаній це досить складний пункт. Портрет цільової аудиторії повинен бути максимально точним, щоб рекламні кампанії давали результат, а будь-які вкладення - віддачу.

Оформлення аккаунту. Стиль і подача інформації аккаунта в мережі не менш важлива, ніж оформлення сайту. Тут важливо спиратися на запити цільової аудиторії. Підібрати стилістику, дотримуватися її при оформленні фотографій і створення постів. Краще розробити свій особистий стиль для оформлення фото в постах і сторіз.

Залучення аудиторії і утримання передплатників. Є кілька способів повернути аудиторію на сторінку. Найпопулярніші: реклама у блогерів, в інших спільнотах і рекламна кампанія в соцмережі безпосередньо. Якщо у вас немає досвіду рекламних кампаній, рекомендуємо звернутися до фахівця з реклами бізнесу в соцмережах, оскільки можна наштовхнутися на шахраїв або вкласти великі гроші без очікуваної віддачі через неправильну настройку реклами. Але якщо коротко, то можна відзначити головні принципи. Компанії, які до сих пір не знають, в якій соцмережі більшою мірою представлена їх ЦА, ризикують своїм бізнесом, так як їхнє майбутнє залежить від частки присутності в соцмережах і вміння в них рекламуватися.

Список використаних джерел.

1. Соціальні мережі для бізнесу – використовуємо правильно! Режим доступу: <https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/>
2. Соцмережі як головний інструмент маркетингу для компаній — поради новачкам. Режим доступу: <https://nachasi.com/2018/08/26/smm-top-instrument/>

Науковий керівник: Лисак О. І. к.е.н. викладач кафедри ПТБД Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного.