

УДК 316.77

Тесленко А.В., аспірант
Київський національний університет технологій та дизайну

Хаустова Є.Б., д.е.н., професор
Київський національний університет технологій та дизайну

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

У сучасному світі соціальні мережі стали одним із найпоширеніших способів встановлення контактів, комунікацій та підтримки різних видів взаємовідносин. Особливо активно вони використовуються молоддю. Цьому сприяє доступність високошвидкісного Інтернету, розвиток мобільного зв'язку та зростання кількості користувачів, які володіють цифровими компетентностями. Завдяки цьому процес обміну інформацією, пошук нових знайомств та співпраця у сфері дозвілля, бізнесу чи науки стали значно легшими та швидшими [1].

Соціальні мережі можна охарактеризувати як онлайн-сервіси, що дозволяють користувачам створювати власні профілі, формувати коло контактів, взаємодіяти з іншими та долучатися до мережових спільнот. Це означає, що сучасна комунікація у соціальних мережах виходить за межі звичайних текстових повідомлень чи телефонних дзвінків, доповнюючись відео, блогами, фотоальбомами та іншими мультимедійними матеріалами.

Залежно від типу доступу соціальні мережі можуть бути відкритими (загальнодоступними) та закритими (орієнтованими на певну групу людей). За своїм призначенням вони поділяються на:

- розважальні – орієнтовані на дозвілля, спілкування та особистісну самореалізацію (наприклад: Facebook, Twitter, MySpace);
- професійні – спрямовані на розвиток ділових контактів, пошук роботи та створення бізнес-можливостей (LinkedIn, XING).

Окрему категорію становлять корпоративні мережі, які функціонують усередині організацій і забезпечують комунікацію між співробітниками.

Дані дослідження компанії comScore [3] свідчать, що вже понад 70% європейських користувачів Інтернету віком від 15 років активно відвідували соціальні мережі. Найбільший рівень проникнення був зафіксований у Великій Британії (майже 80%), тоді як найнижчий – в Австрії (менше 50%).

Таким чином, соціальні мережі посіли важливе місце у повсякденному житті сучасної людини. Вони поєднують функції розваг, комунікації та професійної взаємодії, сприяючи формуванню суспільних і бізнес-зв'язків на глобальному рівні.

Серед ключових переваг соціальних мереж можна виокремити їхню універсальність у бізнес-середовищі. Інтернет не має географічних бар'єрів, тому віртуальне спілкування залежить лише від технологічних можливостей та часу користувача. Важливим чинником є й економічна доцільність: більшість сервісів

надаються безкоштовно та дозволяють швидко налагоджувати контакти, що робить соціальні мережі ефективним інструментом розвитку бізнесу та професійної взаємодії.

Трансформація бізнес-середовища відбувається на стику економічних, технологічних, соціальних і політичних процесів. Вона є реакцією бізнесу на нові виклики — від глобалізації та цифровізації до кліматичних змін і зміни споживчих уподобань. На рисунку 1 представлено основні чинники впливу на трансформацію соціальних мереж.



Рисунок 1 – Чинники впливу на трансформацію соціальних мереж.

Завдяки відсутності територіальних бар'єрів та доступності сервісів соціальні мережі значно впливають на формування глобального інформаційного простору й трансформацію бізнес-середовища. Це робить їх одним із ключових чинників розвитку сучасної економіки та суспільних відносин [2,4].

Список використаних джерел:

1. Белянська О. Соціальні мережі та бізнес: значимість, переваги та ризики // Economy and Society. – 2021. – № 33. – С. 220–225.
2. Матейко В. М. Соціальні мережі як засіб просування бізнесу // Матеріали 78-ї студентської науково-технічної конференції «Тиждень студентської науки». – Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2023. – С. 112–115.
3. comScore. Mobile Social Networking Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/1/Mobile_Social_Networking_Europe/%28language%29/eng-US (дата звернення: 22.09.2025).
4. Khaustova Y., Atamas O. Development of corporate responsibility of business in the social security system // Aims & Scope (Social Sciences). – 2024 (дата звернення: 22.09.2025).