

3. Мухін О. Державне регулювання ринку нерухомості в Україні. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-77>

4. Фісуненко П.А., Подрез В.С., Спиридоненков В.А. Особливості маркетингу в девелопменті в сучасних умовах. Український економічний часопис. Випуск 6, 2024. С. 167-173. DOI:10.32782/2786-8273/2024-6-27

УДК 316.77:004.738.5

Пейкова А. М., здобувач освіти
Орел А.М., науковий керівник, д.е.н., професор
Київський національний університет
технологій та дизайну

ІНСТАГРАМ ЯК СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ

На сьогоднішній день, Інстаграм став одним з найпоширеніших способів підтримувати комунікацію. Раніше він використовувався лише молодим поколінням, але зараз він популярний і для більш старшого покоління. Ця соціальна мережа раніше розцінювалась як «веселий відпочинок» після важкого дня на роботі. Розважальний контент який виправляв сумний та поганий настрій людей, але те чим стала ця соціальна мережа зараз. Це вже комбінація і бізнесу, і комунікації, і платформа для продажу одягу, та різних товарів. Тому що вона не має складного інтерфейсу, не потрібно вчитись користуватись застосунком, безліч різноманітних функцій дозволяють користувачам спілкуватись, ділитись фото або відео матеріалами, та навіть ділитись своїм життям з іншими людьми.

Інстаграм став зручним способом комунікації завдяки візуальному формату. Люди більше розуміють дивлячись ніж слухаючи. Це невідмінно велика перевага цієї соціальної мережі. Бо на відміну від інших соціальних мереж, усі меседжі, інформація, надається у форматі відео та фотографій, що захоплює увагу людей. А такий формат повідомлень, вже моментально створює емоційний зв'язок з автором фото або відео. Цей формат має настільки великий перелік функцій та потенціал, що це одна з найкращих переваг соціальної мережі. Для бізнесів, це особливо вадливий інструмент, бо знімаючи сторіс, можна додати опитувальник для аудиторії, та дізнатись чого їм бракує, що вони хочуть побачити. Додаючи геолокацію, люди в радіусі дізнаються про компанію та будуть знати де їх шукати. Реакції від клієнтів є гарним способом підняти собі репутацію та розуміти в якому напрямку треба рухатись. Це як конференція з людьми не виходячи з дому, і можливість додати свою думку.

Директ створений для особистого спілкування, і для обміну фото та відео. Але, головним плюсом це розділ «запити». Ніхто не любить коли йому відправляють безліч повідомлень, тому Інстаграм створив цей розділ, щоб люди яких ви не знаєте, не змогли написати вам в особисті повідомлення, без

вашого дозволу на це. Для бізнесів директ працює інакше, бізнеси або SMM-маркетологи створюють «ключові слова», які автоматично будуть з'являтися у чаті користувача, коли вони захочуть вам написати та придбати товар та послугу. Це економить час, і при цьому для клієнтів це бонус, швидкого спілкування і не витратити багато часу на відповідь. Швидка реакція на повідомлення – зацікавлений клієнт, а це важливо для компаній[1].

Найулюбленіше в цьому застосунку напевно коментарі. Це не просто про залишити свою думку і піти далі, це про початок нових спілкувань, вступ до обговорень. Це все – зворотній зв'язок між підписником та автором, і формує цілу групу людей. Але це не тільки для звичайних підписників, бізнеси та бренди також користуються цією соціальною мережею. Вони мають власні акаунти які вони регулярно ведуть, публікують фото товарів, гайди як замовити в них товар, як виконується доставка, оплата, повернення, і багато іншого. Це краще за Gmail, бо ти вже візуально бачиш що пропонує акаунт бренду, відповіді на усі топ питань які виникають в людей. Найбільший плюс втому, що це все безкоштовно, тільки крім запуску реклами, який до речі теж не бере багато грошей, і при цьому працює за певним алгоритмом, тому і відповідає очікуванням.

Незважаючи на усі переваги, існують і недоліки, а головним і з них це формат онлайн. Тому що ніколи не можна довіряти повністю чомусь якщо в житті ти цього не бачиш, емоційний зв'язок на жаль не такий самий як в реальному житті. Але платформа цей момент з самого початку виправила додавши візуальності та комунікації[2]. Таким чином, Інстаграм є найефективнішим способом комунікації з усіх інших соціальних мереж, а враховуючи світ в якому ми живемо, Інстаграм відображає життя людей, та сприяє новим зв'язкам, знайомствам, та головне – комунікація між споживачем та брендом.

Література

1. IT & Digital рішення Розробляємо IT-екосистеми та допомагаємо трансформувати B2B, B2C, D2C бізнес з гарантією <https://wezom.com.ua/> (дата звернення 23.03.2026).
2. Журнал про сучасну структуру. Korydor. <https://korydor.in.ua/> (дата звернення 23.03.2026).

УДК 658.8

Верещак О.О., здобувач освіти
Ничеглод Д.Ю., науковий керівник, асистент
Київський національний університет
технологій та дизайну

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛІВ ПРИ ВИВЕДЕННІ НОВОГО ПРОДУКТУ НА РИНОК