Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра Менеджмент, публічне управління та HR-технології
повна назва кафедри

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Пояснювальна записка і розрахунки
до кваліфікаційної роботи магістра
за освітньою програмою «Менеджмент організацій і адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»

Розробив: здобувач вищої освіти
за другим (магістерським) рівнем
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів
академічної доброчесності)
групи 217-МОА-з23
Владислава ЄРЬОМЕНКО
(власне ім'я та прізвище)

Керівник:
д-р екон. наук, професор
Олена ДИКАНЬ
(власне ім'я та прізвище)

Рецензент Мирослава КОРІНЬ
(власне ім'я та прізвище)

2025

АНОТАЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота включає в себе 8 слайдів презентації, 106 аркушів пояснювальної записки формату А4, що включає 24 рисунки, 14 таблиць, 80 літературних джерел.

Ключові слова: СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МЕНЕДЖМЕНТ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, ІННОВАЦІЇ, БІЗНЕС.

Об'єктом дослідження є процеси управління соціальними мережами для розвитку бізнесу.

Мета - дослідження сучасних підходів до управління соціальними мережами в контексті інноваційного розвитку бізнесу та розробка рекомендацій щодо вдосконалення їх використання.

У кваліфікаційній роботі досліджено вплив інформаційних технологій на управління підприємством в умовах сучасних викликів.

У кваліфікаційній роботі досліджено використання соціальних мереж для розвитку сучасного бізнесу. Визначено теоретичні основи менеджменту соціальних мереж, їхні види, можливості та доцільність застосування.

Розглянуто ефективність контент-стратегії для просування бізнесу та засоби залучення аудиторії. Проведено аналіз вибору соціальної мережі, оцінено конкурентоспроможність бізнесу та вивчено цільову аудиторію.

Розроблено практичні рекомендації щодо впровадження контент-стратегії та обґрунтовано соціально-економічну ефективність її реалізації.

Надано пропозиції для подальшого розвитку бізнесу за допомогою соціальних мереж.

ABSTRACT

This qualification work includes 8 presentation slides, 106 sheets of an explanatory note of A4 format, including 24 figures, 14 tables, 80 literary sources.

Keywords: SOCIAL NETWORKS, MANAGEMENT, EFFICIENCY, INNOVATIONS, BUSINESS.

The object of the study is the processes of social media management for business development.

The goal is to study modern approaches to social media management in the context of innovative business development and develop recommendations for improving their use.

In the qualification work, the influence of information technologies on enterprise management in the context of modern challenges is studied.

In the qualification work, the use of social networks for the development of modern business is investigated. The theoretical foundations of social network management, their types, opportunities and expediency of application are determined.

The effectiveness of a content strategy for business promotion and means of attracting an audience are considered. An analysis of the choice of a social network is carried out, the competitiveness of the business is evaluated and the target audience is studied.

Practical recommendations for the implementation of the content strategy have been developed and the socio-economic efficiency of its implementation has been substantiated.

Suggestions for further business development through social networks are provided.

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет ***економічний***
Кафедра ***Менеджмент, публічне управління та HR-технології***
Ступінь вищої освіти ***магістр***
Освітня програма ***«Менеджмент організацій і адміністрування»***
за спеціальністю 073 «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
д.е.н., професор
(вчене звання)
Олена ДИКАНЬ
(підпис) (власне ім'я та прізвище)
21 жовтня 2024 р.

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Владиславі Єрьоменко
(власне ім'я та прізвище)

1. Тема роботи *Менеджмент соціальних мереж: інноваційні підходи до розвитку бізнесу*
керівник роботи *Олена Дикань, д-р екон. наук, професор*
(власне ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)
затверджено розпорядженням по економічному факультету від "21" жовтня 2024 року 28/24
2. Строк подання здобувачем вищої освіти роботи 12 січня 2025 року
3. Вихідні дані до роботи Статистична звітність підприємств, нормативно правові та законодавчі акти України, науково-методичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів, матеріали періодичних видань, аналітичні і статистичні матеріали Держкомстату України та результати власних розрахунків
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Теоретичні основи менеджменту соціальних мереж. Соціальні мережі: види, можливості та доцільність використання для бізнесу. Використання контент-стратегії для просування бізнесу в соціальних мережах. Засоби ефективного залучення аудиторії в соціальних мережах. Визначення особливостей бізнесу та вибір соціальної мережі для просування. Оцінка та аналіз конкурентоспроможності бізнесу. Аналіз цільової аудиторії бізнесу. Розробка та впровадження контент-стратегії розвитку соціальних мереж. Розрахунок соціально-економічної ефективності від реалізації контент-стратегії. Практичні рекомендації для подальшого розвитку сучасного бізнесу з використанням соціальних мереж.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
1 Дослідження теоретичних засад використання соціальних мереж для розвитку сучасного бізнесу - два слайди. 2 Аналіз використання соціальних мереж для розвитку бізнесу - два слайди. 3 Шляхи розвитку сучасного бізнесу з використанням соціальних мереж - чотири слайди.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 21 жовтня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Дослідження теоретичних засад використання соціальних мереж для розвитку сучасного бізнесу	15.11.2024	
2	Аналіз використання соціальних мереж для розвитку бізнесу	10.12.2024	
3	Шляхи розвитку сучасного бізнесу з використанням соціальних мереж	08.01.2025	
4	Графічна частина	10.01.2025	

Здобувач вищої освіти _____ Владислава ЄРЬОМЕНКО
(підпис) (власне ім'я та прізвище)

Керівник роботи _____ Олена ДИКАНЬ
(підпис) (власне ім'я та прізвище)

Зміст

Вступ 6
1 Дослідження теоретичних засад використання соціальних мереж для розвитку сучасного бізнесу 10
1.1 Теоретичні основи менеджменту соціальних мереж 10
1.2 Соціальні мережі: види, можливості та доцільність використання для бізнесу 13
1.3 Використання контент-стратегії для просування бізнесу в соціальних мережах 20
1.4 Засоби ефективного залучення аудиторії в соціальних мережах 25
Висновки до першого розділу 32
2 Аналіз використання соціальних мереж для розвитку бізнесу 33
2.1 Визначення особливостей бізнесу та вибір соціальної мережі для просування 33
2.2 Оцінка та аналіз конкурентоспроможності бізнесу 39
2.3 Аналіз цільової аудиторії бізнесу 50
Висновки до другого розділу 60
3 Шляхи розвитку сучасного бізнесу з використанням соціальних мереж 62
3.1 Розробка та впровадження контент-стратегії розвитку соціальних мереж 62
3.2 Розрахунок соціально-економічної ефективності від реалізації контент-стратегії 74
3.3 Практичні рекомендації для подальшого розвитку сучасного бізнесу з використанням соціальних мереж 87
Висновки до третього розділу 95
Висновок 97
Список використаних джерел 99

Список використаних джерел

1 5 сил Портера (Porter's Five Forces) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.maxzosim.com/porters-five-forces/

2 5 тригерів у маркетингу, які найчастіше використовують бренди. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://cases.media/article/5-trigeriv-u-marketingu-yaki-naichastishe-vikoristovuyut-brendi

3 Customer Service on Twitter and the impact on brands. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://blog.twitter.com/en_gb/a/en-gb/2016/customer-service-on-twitter-and-the-impact-on-brands

4 CX trends 2023. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://cxtrends.zendesk.com/

5 Digital 2023: Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine

6 Digital 2023: Ukraine. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine

7 Facebook and Instagram in Ukraine — 2023 January. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://plusone.ua/research/en/Facebook%20and%20Instagram%20in%20Ukraine%20-%202023%20January.pdf

8 Instagram досяг відмітки 2 млрд активних користувачів щомісяця. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://bazilik.media/instagram-dosiah-vidmitky-2-mlrd-aktyvnykh-korystuvachiv-shchomisiatsia/

9 Most Downloaded Apps Of 2022. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2023/01/04/top-10-most-downloaded-apps-of-2022-facebook-down-spotify-up-tiktok-stable-capcut-keeps-growing/?sh=4d18375521cc

10 Report: State of Global Customer Service (2017) [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://info.microsoft.com/rs/157-GQE-382/images/EN-CNTNT-Report-DynService-2017-global-state-customer-service-en-au.pdf?ref=buffer.com

11 SMM просування: ефективні методи розкрутки в соціальних мережах [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://wezom.com.ua/ua/blog/smm-prodvizhenie

12 Social Media Benchmarks: Q3 2023 [Data & Tips] [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://blog.hootsuite.com/social-media-benchmarks/

13 Social Media Trends 2024. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.hootsuite.com/research/social-trends

14 Social Media Users — Global Demographics (2023) [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.demandsage.com/social-media-users/

15 The 5 Social Media Customer Service Stats You Must Know. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.convinceandconvert.com/social-media/5-social-media-customer-service-stats-you-must-know/

16 TikTok A Key Part Of Consumers' Path To Purchase. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.searchenginejournal.com/tiktok-a-key-part-of-consumers-path-to-purchase/437912/

17 Tone of voice — важливий інструмент для успіху вашого бізнесу. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://inproject.org/tone-of-voice-vazhlyvyj-instrument-dlya-uspihu-vashogo-biznesu/

18 Tone of voice: чому він важливий для бренду? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://it-rating.ua/news-3299

19 Triple-digit conversion lift: Simple creative tips to make your ads work harder. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.tiktok.com/business/en-US/blog/creative-that-drives-conversions?redirected=1

20 Using Facebook Messenger Ads To Drive Sales. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.swydo.com/blog/using-facebook-messenger-ads-to-drivesales/?fbclid=IwAR2VV2i7vuPWh2ZMAe8Awb6hANEgUZwcRAdsrSt3yR_xuiXsKQ6gvzvuB7M

21 We are social 2023: соціальні мережі, інтернет та тенденції електронної комерції. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://elit-web.ua/ua/blog/we-

are-social-2023

22 What is gestalt? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://gestaltcentre.org.uk/what-is-gestalt/

23 Аналітика для SMM-менеджера: найважливіші метрики. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/how-to-social-media-analytics

24 Безус Р.М. Маркетинговий менеджмент у SMM / Р. М. Безус, Л. С. Крючко, К. А. Перерва // Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід. – 2021. №21. – С. 66-71. – Режим доступу: DOI: 10.32702/2306-6814.2021.21.66

25 Бутко М.П. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. – Київ, 2016. – 376 с.

26 Варій М. И. Психологія особистості: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2018. 592 с.

27 Васільєва А.В. Вплив використання соціальних мереж на розвиток підприємства / А.В. Васільєва // XVII Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів. Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених – 2023. – С. 299-300

28 Васільєва А.В. Роль соціальних мереж в інноваційному розвитку підприємства / А.В. Васільєва // Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку – 2023. – С. 59-61

29 Види реклами в Instagram. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://omgagency.me/blog/vydy-reklamy-v-instagram/

30 Воронки продажів — що це і для чого вони потрібні. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://blog.admixer.academy/ua/voronka-prodazhiv-vydy-etapy-stvorennya-voronky-prodazhiv/

31 Гавриловська К. П. Сучасні теорії глибинної психології, 2016. 156 с.

32 Гештальт терапія: що це і як працює? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://meclee.com/blog/obshchie/geshtalt-terapiya-osoznannost-zdes-i-seychas

33 Грищенко О.Ф. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування

продукту підприємства / О.Ф. Грищенко, А.Д. Нєшева // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2013. – №4 – С. 86-98. – Режим доступу: https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/

34 Дикань В.Л. Економічна діагностика. Навчальний посібник – Харків, 2022. – 284 с.

35 Дослідження Gradus Research: Як купують та що роблять українці в інтернеті під час війни [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tech.liga.net/ua/technology/novosti/72-ukraintsev-provodyat-v-internete-bolee-chetyreh-chasov-v-sutki-issledovanie

36 Емоції, які ведуть до покупок. Як працює сторітелінг? [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://leosvit.com/blg/Storytelling

37 Ефективність в ефірі: Як вебінари стають каталізатором зростання бізнесу. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://cases.media/article/efektivnist-v-efiri-yak-vebinari-stayut-katalizatorom-zrostannya-biznesu

38 Інстаграм з нуля: як перевірити блогера перед рекламою. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://youtogift.com/ua/blog/instagram-s-nula-kak-proverit-blogera-pered-reklamoj

39 Каліна Н.Ф. Психотерапія. «Академвидав», 2019. 280 с.

40 Карпенко Є.В. Методи сучасної психотерапії : навч. посібник. Дрогобич: Посвіт, 2016. 250 с.

41 Касьяненко М.М. SMM: Переваги та недоліки / М.М. Касьяненко // Science, Research, Development – 2020. - №28. – С. 51-54. – Режим http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/9171/1/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%20%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%20%D0%91%D0%B0%D0%BA%D1%83-51-54.pdf

42 Контент стратегія: 12 кроків до її створення. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://itstatti.in.ua/internet-marketing/363-kontent-strategiya.html

43 Контент-маркетинг та контент-стратегія: у чому різниця? [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://genius.space/lab/kontent-marketing-ta-kontent-

strategiya-u-chomu-riznitsya/

44 Контент-стратегія для Instagram в 2023. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.post-up.com.ua/kontent-strategiya-dlya-instagram-v-2023/

45 Конюк Л.В. Переваги та недоліки використання соціальних мереж / Л.В. Конюк, О.В. Безсмертна // Теоретико-практичні проблеми використання математичних методів і комп'ютерно-орієнтованих технологій в освіті та науці – 2021. – XLIX. – Режим доступу: https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2020/paper/%20view/9766

46 Користувацький контент (UGC) [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://sendpulse.ua/blog/what-is-user-generated-content

47 Костецька Н.І. Модель п'яти сил М. Портера як інструмент аналізу галузевих ринків / Н.І. Костецька // Інноваційна економіка – 2022. – №4. – С. 131-135. — Режим доступу: http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/1003/1091

48 Курс долара до гривні. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://minfin.com.ua/ua/currency/usd/

49 Лиса С.С. Ефективність SMM як інструменту збутової політики підприємства / С.С. Лиса, А.В. Кулік // Економіка: менеджмент і маркетинг. Бізнесінформ. – 2022. - №1. – С. 432 – 437. – Режим доступу: https://www.business-inform.net/main/

50 Маркетинг вебінарів: Як просунути свій вебінар та залучити більше слухачів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://wave.video/ua/blog/webinar-marketing/

51 Матричні методи аналізу в прийнятті стратегічних рішень Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://elearn.nubip.edu.ua/pluginfile.php/690903/mod_resource/content/2/%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0%206.pdf

52 Мостова А.Д. Оцінювання ефективності просування бізнесу / А.Д. Мостова // Економіка та суспільство. – 2022. - №43. – Режим доступу: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1714

53 Найкращий час для постингу в Instagram. [Електронний ресурс]. —

Режим доступу: https://web-promo.ua/ua/blog/najkrashhyj-chas-dlya-postyngu-v-instagram/

54 Небилиця О.А. Узагальнення основних методів оцінки та аналізу цільової аудиторії як ключового фактору ефективності діяльності підприємства / О.А. Небилиця, К.С. Бондаренко // Конкурентоспроможність та інновації: Проблеми науки та практики. – 2021. – С. 261-266. – Режим доступу: http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27191

55 Основи глибинної психології : курс лекцій : навч. посібник / уклад. Н. В. Гриньова. Умань : Візаві, 2016. 124 с.

56 Основні види контенту та правила оформлення залежно від виду. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://netpeak.net/uk/blog/osnovni-vidi-kontentu-ta-pravila-oformlennya-zalezhno-vid-vidu/

57 Перлз Ф. Его, голод та агресія. К., 2020. 235 с.

58 Перлз Ф. Практикум по гештальт-терапії, 2017. 240 с.

59 Піжук О.І. Методика проведення SWOT-аналізу як передумови прийняття стратегічних рішень на підприємстві / О.І. Піжук, М.С. Пронькін // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. - №16. – С. 427-434. — Режим доступу: http://global-national.in.ua/issue-16-2017/24-vipusk-16-kviten-2017-r/2954-pizhuk-o-i-pronkin-m-s-metodika-provedennya-swot-analizu-yak-peredumovi-prijnyattya-strategichnikh-rishen-na-pidpriemstvi

60 Подкасти українською про психологію та розвиток. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://mind.ua/publications/20255898-podkasti-ukrayinskoyu-pro-psihologiyu-ta-rozvitok

61 Польстер І. Польстер М. «Супротив в гештальт-терапії», 2018, 248 с.

62 Понад 70% українців відчувають стрес або знервованість і лише 2% звертаються до фахівця. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://moz.gov.ua/article/news/ponad-70-ukrainciv-vidchuvajut-stres-abo-znervovanist-i-lishe-2-zvertajutsja-do-fahivcja-

63 Психологія кольору. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://factosvit.com.ua/psyhologiya-koloru/

64 Сайт ЄДБО. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://info.edbo.gov.ua/

65 Ситуативний маркетинг: реагувати на інфопривід чи ні? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://youscan.io/ua/blog/situational-marketing/

66 Скільки коштує реклама в Інстаграм. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://wezom.com.ua/ua/blog/skolko-stoit-reklama-v-instagram

67 Сторітелінг — маркетинг в історіях. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://webnauts.pro/uk/blog/storiteling-marketyng-v-istoriyah/

68 TikTok user statistics 2023. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/tiktok-user-statistics/

69 У межах Всеукраїнської програми ментального здоров'я визначили пріоритетні проєкти. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3695613-u-mezah-vseukrainskoi-programi-mentalnogo-zdorova-viznacili-prioritetni-proekti.html

70 Фірмовий стиль в instagram: як грамотно оформити профіль. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://omgagency.me/blog/firmovyj-styl-v-instagram-yak-gramotno-oformyty-profil/

71 Чирак І.М. Економіка соціальних медіа. Навчальний посібник. – Тернопіль. – 2023. – 300 с. – С. 98-100

72 Шандрівська О.Є. Процес формування стратегії SMM-просування: особливості та етапи створення / О.Є. Шандрівська, Ю. С. Соколов // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. – 2022. - №2(8). – С. 137-147. – Режим доступу: https://www.doi.org/

73 Що таке лід-магніт і навіщо він потрібен? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://adwservice.com.ua/uk/shcho-take-lid-mahnit

74 Як збільшити продажі на 87% завдяки відеоконтенту. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://freelancehunt.com/blog/iak-zbilshiti-prodazhi-na-87-zavdiaki-vidieokontientu/

75 Як підвищити залучення аудиторії до соціальних мереж. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://wezom.com.ua/ua/blog/kak-povysit-

vovlechennost-v-socialnyh-setyah

76 Як правильно оформити шапку профілю Інстаграм. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://sendpulse.ua/blog/instagram-profile-header

77 Як працюють алгоритми TikTok. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://lanet.click/yak-pratsyuye-alhorytm-tik-tok/

78 Як скласти портрет цільової аудиторії? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://adwservice.com.ua/uk/yak-sklasty-portret-czilovoyi-audytoriyi

79 Яценко Т. С. Основи глибинної психокорекції: навч. посібник. К.: Вища шк., 2016. 382 с

80 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем спеціальності 073 "Менеджмент" / укладачі : О. В. Дикань, Ю. О. Крихтіна ; кафедра менеджменту і адміністрування. - Харків : УкрДУЗТ, 2021. - 35 с.