

цілому. Безконтактні засоби комунікації та взаємодії поширюватимуться та проникатимуть в усі сфери життя, сприяючи тим самим розвитку цифрової економіки.

Список використаних джерел

1. Тенденції у сфері Digital Health–2021: як вплинула пандемія COVID-19 на ринок застосунків для здоров'я. URL: <https://www.apteka.ua/article/605718>.

FUNCTIONS OF BLOGGING AS A MEANS OF SOCIAL COMMUNICATION

O. Zaika, Assistant

State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine

Blogging is a means of social communication, as this concept correlates with the concept of social communication. That is, through blogging, the transfer of information is realized. The purpose of such interaction is to express oneself and influence the audience in a certain way. In blogging, as in social communication, such subjects can be named as sender and recipient, communication is carried out in the form of technical devices, via the Internet; means of transmission are words, photographs, video recordings; the subject is a phenomenon, an event; communication effect – society's reaction to received information.

Blogging is mass social communication, as it is socially oriented communication, that is, a message is not for one specific person, but for large social groups, for the mass of people. The audience is a kind of mass - a disorderly association of individuals, devoid of selection by age, social, educational, professional or other criteria, the audience is anonymous, since it is impossible to predict its size and who it consists of [1].

Blogging is most popular among the under-35 age group. This is due to the fact that blogs have become fashionable and popular in the last few years, so it is the youth who want to follow the trend. This fact is also explained by the beginning of career growth among young people, which contributes to the use of blogs as a source of income.

So, blogs are a new stage in the development of social communication and a tool that allows you to form online communities. They are a special type of communication, but function according to the same principles. In general, blogs as a means of social communication are a communication tool, as well as a platform for communication with the

target audience, which carries a hidden and non-aggressive nature of influence. The functions of blogging as social communication are:

- informative – various information is transmitted from the sender to the recipient with the help of a blog or, conversely, in the form of audio, video, sound files, supported by comments, expressing one's opinion;

- expressive – in the comments, blog users can give their assessment of any events, actions, actions, sometimes this assessment can be very expressive;

- pragmatic – blogging encourages a person to be interested in a certain topic, to express his opinion, to show his reaction to what was said;

- social – there are different types of blogs in which cultural skills of people's relationships are developed in the form of receiving and transmission; thanks to the information received in the blog, a person can change his worldview, life views, moral standards, values;

- interpretative – the blog represents the possibility of understanding the partner, his condition, experiences, intentions, which he can convey with the help of emoticons, photos, video recordings, and more;

- communicative – meeting interesting people;

- self-presentation – self-expression through the gradual publication of one's wishes and interests;

- entertaining – spending free time, receiving positive emotions, communication, the opportunity to talk, share problems, vent anger, complain, grieve, while receiving feedback;

- creation, maintenance and expansion of social connections – an opportunity to find useful contacts – colleagues, professionals in your field or make new acquaintances with people with similar interests;

- self-development and reflection – the opportunity to play different roles, compensating for some moments of real life;

- promotion of goods and services – you can find out the opinion of the audience about certain brands, as well as work on strengthening the position of the product or preventing the negative impact of feedback on the brand [1–3].

So, blogs on the websites of Internet publications perform many functions, and since blogging in the Ukrainian Internet media is at the stage of its formation and development, the problem of defining its tasks and functions will be a perspective for further research.

References

1. Mykytas A.V., Zaika O.V. Functions of blogging as social communication // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (присвяченої 100-річчю від Дня народження професора

Турченка Михайла Михайловича): Управління розвитком соціально-економічних систем, 15-16 червня 2022 року. Харків: ДБТУ, 2022. С. 361–362 с.

2. Дяченко О.В. Формування україномовної блогосфери в контексті політичної комунікації в мережі Інтернет // Політикус. 2020. Вип. 6. С. 23–28.

3. Половинчак Ю. Особливості функціонування української блогосфери // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2015. № 42. Р. 99–102.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

А.В. Зацепілін, магістрант

В.В. Нечипоренко, канд. с.-г. наук, доц.

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Ринкові трансформаційні процеси, що відбуваються в економічному середовищі призводить до змін у системі управління підприємствами різних галузей. Ці зміни, насамперед, торкнулися системи постачання сировини та матеріалів, а також збуту продукції, що зумовило необхідність вивчення фахівцями ринку, його інфраструктури, конкурентів та для утримання своїх позицій на ринку та отримання прибутку. Тож, збутова система потребує пошуку таких методів управління збутовою діяльністю, які допомагали б підприємствам враховувати потреби ринку та вести конкурентну боротьбу.

У ринкових умовах перед виробниками постають завдання, серед яких: пошук нових ринків збуту та вивчення попиту на продукцію, створення ефективної системи управління збутом, визначення оптимального обсягу продажів, вибір найбільш раціональних каналів товароруку. Одним із завдань успішного рішення має стати використання інтегрованого підходу до управління збутом, тобто повідомлення інструментів стратегічного менеджменту та стратегічного маркетингу, які в сукупності сприяють отриманню синергетичного ефекту в управлінні збутом. З одного боку, управління збутом ґрунтується на інструментах стратегічного управління (елементи управління збутом формуються на основі місії підприємства, стратегічних цілей підприємства,