

РОЛЬ ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ У РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Дейнега К.В., здобувач ступеня доктор філософії*,
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-9487-7993>

Соціальне підприємництво відіграє ключову роль у підтримці соціальної стійкості та вирішенні нагальних проблем під час війни. В умовах військових дій традиційні методи ведення бізнесу зазнають значних змін, що вимагає від соціальних підприємств адаптації та впровадження нових підходів, зокрема діджитал-маркетингу. Цифрові технології стають невід'ємною частиною стратегії розвитку підприємств, забезпечуючи ефективну комунікацію з аудиторією та підтримку діяльності в умовах нестабільності.

Однією з ключових переваг діджитал-маркетингу є його здатність забезпечувати оперативну комунікацію та гнучку адаптацію до змін у поведінці споживачів та умовах ринку, що особливо важливо під час війни. Завдяки цифровим каналам комунікації, таким як соціальні мережі та електронна пошта, соціальні підприємства можуть швидко інформувати своїх клієнтів про зміни у роботі, запуск нових продуктів чи послуг, а також реалізацію соціальних ініціатив. Це дозволяє залишатися на зв'язку зі своєю аудиторією навіть у складних умовах.

Ще однією важливою особливістю діджитал-маркетингу є його здатність знижувати витрати на рекламу та водночас підвищувати її ефективність. Використання цифрових платформ дозволяє підприємствам запускати таргетовані маркетингові кампанії, які орієнтовані на конкретну аудиторію. Це сприяє досягненню значно кращих результатів при мінімальних фінансових витратах, що є критично важливим для соціальних підприємств в умовах обмежених ресурсів під час війни [1].

Окрім цього, діджитал-маркетинг відіграє ключову роль у підтримці соціальних ініціатив та залученні спільноти. Соціальні мережі та інші онлайн-канали стають платформою для поширення інформації про соціальні проекти, організації краудфандингових

* Науковий керівник – Чуйко М.М., к.т.н., доцент

кампаній, залучення волонтерів та партнерів. Завдяки таким інструментам підприємства мають можливість об'єднувати людей навколо своїх ініціатив, що сприяє реалізації соціальної місії навіть у складні часи [2].

Таким чином, діджитал-маркетинг забезпечує соціальним підприємствам необхідні інструменти для стійкого розвитку та ефективної роботи в умовах невизначеності, викликаній війною.

Соціальне підприємництво, яке прагне зберегти свою стійкість в умовах війни, може застосовувати низку стратегій діджитал-маркетингу, що дозволяють залишатися ефективними та релевантними.

Однією з основних стратегій є використання соціальних мереж для комунікації та залучення аудиторії. Активна присутність у соціальних мережах дозволяє підприємствам підтримувати зв'язок з клієнтами, інформувати про новини та залучати нових прихильників до своїх соціальних ініціатив. Створення якісного та релевантного контенту сприяє підвищенню лояльності аудиторії та розширенню охоплення [1].

Ще однією важливою стратегією є інвестування в SEO та контент-маркетинг. Оптимізація веб-сайтів та створення корисного контенту допомагає підвищити видимість підприємства в пошукових системах, що сприяє залученню нових клієнтів та партнерів. Регулярне оновлення інформації та публікація статей, блогів чи новин підвищує авторитет підприємства та довіру з боку аудиторії [2].

Ефективним підходом є співпраця з іншими організаціями та волонтерами через цифрові платформи. Використання онлайн-інструментів для координації зусиль з іншими соціальними підприємствами, неурядовими організаціями та волонтерами дозволяє об'єднувати ресурси та ефективніше реалізовувати спільні проекти. Це сприяє розширенню мережі контактів та підвищенню впливу соціальних ініціатив [3].

Крім того, щоб фінансувати свої ініціативи, соціальні підприємства активно використовують краудфандингові платформи. Збір коштів через такі сервіси, як Patreon, GoFundMe чи українські аналоги, дозволяє не лише залучати фінансові ресурси, а й формувати навколо проєктів лояльну спільноту однодумців.

Останнім, але не менш важливим елементом є гнучкість та адаптивність. У нестабільних умовах війни соціальні підприємства повинні постійно переглядати свої маркетингові стратегії, оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та адаптуватися до нових викликів.

Таким чином, впровадження зазначених стратегій діджитал-маркетингу сприяє підвищенню ефективності діяльності соціальних підприємств, забезпечуючи їм можливість підтримувати свою місію навіть у найскладніших обставинах.

Діджитал-маркетинг є важливим інструментом підтримки інноваційного розвитку соціального підприємництва в умовах невизначеності. Використання сучасних цифрових технологій дозволяє забезпечити ефективну комунікацію, залучення ресурсів та розширення соціального впливу навіть у кризових умовах. Однак для досягнення успіху необхідно враховувати виклики, пов'язані з нестабільністю середовища, і впроваджувати гнучкі, адаптивні стратегії.

Література:

1. Витвицька О., Суворова С., Корюгін А. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-66>
2. Обіход С., Матвеев М., Бойко В. Digital-маркетинг в умовах цифровізації сучасних бізнес-процесів. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-76>
3. Собко О. Соціальна відповідальність бізнесу та розвиток підприємництва в Україні в умовах війни. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2024. Т. 1, № 13. С. 308-317. DOI: <https://doi.org/10.32750/2024-0130>

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ГНУЧКИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Дейнека В.І. здобувач вищої освіти*,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Лисих І.Ю., здобувач вищої освіти

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Актуальність вибору даної тематики зумовлена швидкими змінами в бізнес-середовищах, де підприємства стикаються з постійними викликами адаптації до нових технологій, ринкових умов та конкурентного середовища. Гнучкі організаційні структури стають ключовими для підвищення ефективності управління, прискорення рішень та покращення координації між підрозділами. Однак, разом з

* Науковий керівник – Гацько А.Ф., д.е.н., професор