

## СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ТА БІЗНЕС: МОЖЛИВОСТІ І ЗАГРОЗИ

**Крамаренко А.О., кандидат економічних наук, старший викладач  
Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна**

У статті аналізується вплив соціальних медіа на розвиток українського підприємництва. Виділені позитивні сторони даного впливу, а також можливі ризики для бізнесу.

**Ключові слова:** соціальні мережі, бренд, електронна комерція, контент, клієнтська база.

**Постановка проблеми.** Увага, що приділяється проблемам і перспективам електронної комерції, чомусь ледь доторкнулась такої важливої сторони взаємодії бізнесу та інформаційних технологій як соціальні медіа (соціальні мережі).

**Аналіз останніх публікацій і досліджень.** У більшості ділових та бізнес видань мова йде переважно про загальні особливості розвитку електронної комерції в Україні (Ю. Бондар – журнал «Компаньон», К. Полторак – електронне видання «Ефективна економіка») або ж розглядаються новітні маркетингові стратегії (Смолянук О. – журнал «Економіка і держава») та ефективні засоби просування бізнесу (Картер Б. – ділове видання «Бизнес»). Тим не менш, як наукове питання вплив соціальних медіа на підприємницьку діяльність взагалі не ставиться. Більшість публікацій, які торкаються згаданої теми, мали місце кілька років тому та всі вони висвітлюють переважно один бік взаємовпливу, пов'язаний з використанням соціальних медіа як інструменту приваблення покупців.

**Мета статті.** Соціальні медіа в сучасних умовах є не тільки частиною життя суспільства, не тільки інструментом просування товару, але й істотним чинником перетворень у принципах здійснення підприємницької діяльності. У зв'язку із цим виявлення як позитивних перспектив, так і напрямків можливого негативного впливу соціальних мереж на розвиток підприємництва постає як надзвичайно актуальне питання.

**Основні результати дослідження.** Все більше компаній малого і середнього бізнесу відкривають свої торговельні точки в інтернеті. Експерт в сфері електронної комерції Юрій Савченко зазначає, що ринок eCommerce зростатиме і що Україна, в даний момент, успішно освоює онлайн-технології. Український eCommerce, на думку експерта, за своїм потенціалом має досить непогані перспективи з урахуванням великої кількості споживачів і швидкого освоєння Internet населенням. «Наш народ дуже любить економити, правда, гроші, але вже привчається економити і час. Я констатую стійкий тренд розвитку і освоєння онлайн-споживання в Україні та великий інтерес з боку всіх учасників цього ринку, а також ринків суміжних напрямів, таких як онлайн-платежі, профільні соціальні ком'юніті (обговорення товарів, рейтинги продавців, шерінг споживчого досвіду)», – вважає Юрій Савченко [1].

В межах загальносвітових тенденцій Україна запускає все більше нових проектів. Через істотний вплив капіталу з країни, припинення роботи деяких бізнес-акселеративів, більшість представників технологічної галузі покинули територію України. Однак, ризики одночасно створюють більш сприятливі умови для зростання нових проектів. Суспільство стартаперів поступово поповнюється тими, хто втратив стабільне джерело доходів в кризу і вирішив присвятити вільний час інноваціям [2]. Значні можливості для реалізації підприємницьких здібностей та успішного розвитку стартапів надають соціальні медіа. Отже, розглянемо основні позитивні моменти, що створюють соціальні мережі для бізнесу в Україні:

1. Можливість відкриття власної справи для підприємців із «порожнім» гаманцем.

Якщо ви бажаєте займатися підприємницькою діяльністю, але досить обмежені в коштах, тоді соціальні мережі можуть частково вирішити цю проблему. Використання соціальних мереж є ідеальним планом для пошуку власної аудиторії споживачів. Не потрібно одразу щось продавати або пропонувати. Спілкуйтеся з користувачами просто як зі знайомими в реальному житті, одночасно

дізнаючись, що їх цікавить і у чому вони мають потребу. В деяких випадках виникає активний діалог і вже починає створюватись власна аудиторія споживачів. Отримавши принаймні 20 електронних адрес, вже можна розпочинати кампанії в Facebook[3].

## 2. Використання соціальних мереж для створення власного бренду.

Соціальні медіа є досить суперечливим явищем: з одного боку, бізнес-експерти наполягають на тому, що життєздатна присутність в соцмережах є цінною, а з іншого боку, ті ж експерти дають мало порад відносно засобів підтримки присутності в соціальних медіа, яка створює реальну цінність [4]. Повинен існувати певний баланс між простим існуванням, активним просуванням і діями, що здатні назавжди заплямувати репутацію. Вберегти цей баланс складно, але знаючи прості «що можна» і «що не можна» можливо створити і розвинути власний бренд. Для цього, по-перше, необхідно пропонувати корисний і цікавий контент, надаючи читачам привід ділитися інформацією. Повідомлення, що вводять в оману, або пусте «цвірінькання» відвернуть клієнтів і вже потім буде складно повернути їх назад. По-друге, необхідно надсилати листи із певною метою і уникати розміщення матеріалу тільки заради розповсюдження. Інформація, яка публікується, повинна розповідати про компанію та про бренд. По-третє, доцільним є створення суспільного портрету компанії інакше є ризик стати нудною сторінкою для веб-серфера.

## 3. Висвітлення стартапу в ЗМІ.

За допомогою соцмереж можливо отримати висвітлення стартапу в засобах масової інформації. Публікація контенту на регулярній основі в рамках маркетингової стратегії створює вірних послідовників, адже майже будь-яке оголошення або зміст публікації швидше розповсюджується. Отримання більшої популярності розсуває кордони і прокладає шлях у вищі кола бізнесу.

## 4. Розширення клієнтської бази.

Інтернет і соціальні медіа надають доступ до практично необмеженої потенційної клієнтської бази. Представляючи своє ім'я та контент на розсуд широкої публіки можливо конвертувати цю публіку в своїх клієнтів. Широке представлення швидко збільшує прибутки.

Експерти Кім Уолш-Філіпс та Келлі Лімей деталізували систематичний підхід до застосування холодного трафіку для розширення споживчої аудиторії. Цей підхід включає такі елементи як:

- а) використання соціальних медіа як стартової відмітки при вході на ринок;
- б) побудування довіри, використовуючи якісний контент;
- в) пошук ідеального клієнта із рекламою в соціальних медіа;
- г) створення процесу генерування потенційних клієнтів [5].

Доказом ефективності соціальних мереж для приваблення клієнтів є результати дослідження, проведеного компанією Forrester. У висновках дослідження зазначається, що середня вірогідність відклику на пости офіційного сайту складає 0,1%, а аналогічний показник для постів в Instagram складає 4,21 % [6].

## 5. Засіб PR.

Неможна не погодитись із тим, що соцмережі є важливим інструментом PR. Компанії всіх розмірів, політики, артисти – всі використовують соціальні мережі для того, щоб бути «ближче до людей». Тому кожен підприємець може використовувати соцмедіа для того, щоб наблизитися до своєї споживчої аудиторії, більше дізнатись про настрої, потреби та бажання клієнтів. Одночасно є можливість представити свою компанію у вигідному світлі за допомогою налагоджування ефективного зворотного зв'язку, участі у публічних заходах, створення повної інформативної бази.

Ділові кола визнають рекламні можливості соціальних медіа, але деякі не бачать можливості посилити клієнтську базу та збільшити лояльність клієнтів. Доказом є цифри: 73% користувачів повідомляють, що мали негативний досвід співпраці з компаніями в соціальних мережах; 36% взагалі використовують соцмережі для того, щоб засудити діяльність фірм [7]. Таким чином, соціальні платформи мають зворотний бік монети і можуть створювати загрози для діяльності підприємства. А саме:

### 1. Соціальні медіа ставлять під загрозу безпеку даних.

Підприємства зростають і підтримують зв'язок зі своєю аудиторією у різних соціальних мережах. При цьому безпеку корпоративних даних стає все важче контролювати. Тим не менш, збиток може мати величезний вплив на розвиток бізнесу. Дані часто стають незахищеними в межах каналів соціальних медіа і, якщо врахувати скільки людей ними користується, соціальні медіа є серйозним джерелом витоку інформації. Як пояснює Джозеф Штейнберг, засновник та генеральний директор SecureMySocial, соціальні медіа можуть «забезпечувати хакерів інформацією, яка в значній мірі допомагає їм у здійсненні протиправної діяльності» [8]. Покоління працівників, які виростили з соціальними медіа, має цінну можливість підключити компанію до своєї аудиторії через соціальні мережі. Але вони можуть ділитися інформацією імпульсивно і стають мимовільними співучасниками кібер-злочинів проти компанії, в якій вони працюють. Це може статися, якщо хтось, наприклад, збирається відправити особисте повідомлення і випадково робить публічний пост в соціальних медіа.

Зростання обміну повідомленнями в соцмережах призвело до того, що багато хто відмовився від обміну текстовими повідомленнями на користь Facebook або Twitter. Це призводить до збільшення ризику виникнення проблем, пов'язаних із витоком даних.

### 2. Непродуктивні витрати робочого часу.

Молоді співробітники часто не займаються своїми робочими обов'язками. Згідно з дослідженням регіонального підрозділу Федеральної резервної системи США американська молодь завдає істотної шкоди продуктивності економіки країни, витрачаючи більше половини свого робочого часу на спілкування в інтернет.

Феномен активного використання робочого часу для спілкування в соцмережах молодими американцями згадується в негативному світлі в доповіді Федерального резервного банку Далласа, присвяченому поточному стану і прогнозу виробничої активності в штаті Техас. «Правила Міністерства праці США і інші урядові регулятивні норми серйозно уповільнюють розвиток бізнесу, підвищують накладні витрати, знижують продуктивність і призводять до збільшення витрачання часу на дії, які не орієнтовані на клієнтів і на створення додаткової вартості. Ми зіткнулися з серйозною проблемою в плані продуктивності праці офісних співробітників і прийшли до висновку, що вони витрачають менше 50% свого робочого часу на дії, спрямовані на створення додаткової вартості» [9].

Молоді співробітники часто не займаються своїми робочими обов'язками, а беруть участь в спілкуванні в соціальних мережах, листуванні в різних чатах і іншій непродуктивній діяльності. Міністерство праці США має зрозуміти, що якщо роботодавцям доведеться платити співробітникам за виконання роботи в понаднормові години, то це змусить роботодавців контролювати кожен крок своїх співробітників і знизити їм компенсацію відповідно до реального рівня продуктивності праці.

Аналітики компанії Panda Security з'ясували, чим соцмережі можуть бути небезпечні для підприємств малого та середнього бізнесу. Результати дослідження компанія представила в звіті «Індекс ризику соціальних медіа».

У дослідженні Panda Security взяли участь компанії та підприємці, які мають представництва в соціальних мережах. 23% опитаних заявили, що в ході використання соцмереж позбулися конфіденційної інформації. Серед підприємств, які постраждали від шкідливого програмного забезпечення через соцмережі, 35% зазнали фінансових збитків, при цьому третина втратили більше \$ 5 тис. При цьому найпопулярнішою соцмережею є Facebook – нею користуються 69% респондентів. Друге місце займає Twitter (44%), третє – YouTube (32%) і четверте – LinkedIn (23%). Саме Facebook виступає в якості джерела більшості загроз – ним користувалися 71,6% підприємців, які постраждали від шкідливих програм, 73,2% втратили конфіденційні дані і 62% зазнали фінансових втрат [10].

**Висновки.** Вивчення останніх доступних джерел інформації з обраної тематики, їх аналіз та систематизація відповідно до мети дослідження дають змогу зробити наступні висновки:

1) Соціальні медіа створюють нові значні можливості для молодих підприємців у вигляді ефективного інструменту для розвитку бізнесу «з нуля», формування потужної клієнтської бази, створення власного бренду та «гудвілу», засобу ефективного PR.

2) Для середніх та великих компаній соціальні мережі є джерелом розширення ринку далеко за межі власної країни та основою для зміцнення власних позицій на національному ринку.

3) Разом зі значними можливостями соціальні медіа несуть потенційну загрозу для бізнесу у вигляді витоку корпоративної інформації, збільшення можливостей для кібер-злочинів, непродуктивних витрат часу з боку працівників.

4) Стрімке зростання кількості користувачів соціальних медіа та зменшення інвестиційних ресурсів для українських підприємців мотивує останніх на масштабніше використання соціальних медіа ресурсів для розвитку бізнесу, ігноруючи можливі ризики, які вони створюють для бізнесу.

### Література

1. Бондар Ю. Как кризис мешает eCommerce и как преуспеть в электронных продажах даже в сложные времена [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.companion.ua/articles/content?id=299768>.
2. Картер Б. Как использовать социальные сети для продвижения бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.business.ua/mybusiness/rost/kak-ispolzovat-sotsialnye-seti-dlya-prodvizheniya-biznesa-269503>.
3. Как создать индивидуально настроенную аудиторию [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.facebook.com/business/help/170456843145568>.
4. Phil La Duke Using Social Media for Business Without Bleaching Out the Social [Electronic resource]. – Accessed mode : <https://www.entrepreneur.com/article/276523>.
5. Using Social Media to Increase Sales [Electronic resource]. – Accessed mode : <http://cbcommunity.comcast.com/browse-all/details/using-social-media-to-increase-sales>.
6. Nate Elliott How Does Your Brand Stack Up On Facebook, Twitter, And Instagram? [Electronic resource]. – Accessed mode : [http://blogs.forrester.com/nate\\_elliott/15-09-15-how\\_does\\_your\\_brand\\_stack\\_up\\_on\\_facebook\\_twitter\\_and\\_instagram](http://blogs.forrester.com/nate_elliott/15-09-15-how_does_your_brand_stack_up_on_facebook_twitter_and_instagram).
7. It's No Longer a Question Whether to Use Social Media for Customer Service [Electronic resource]. – Accessed mode : <http://sproutsocial.com/insights/index/q2-2016>.
8. Cynthia Johnson How Social Media Jeopardizes Data Security [Electronic resource]. – Accessed mode : <https://www.entrepreneur.com/article/272459>.
9. After the Boom: Texas Economy Downshifts in Energy Bust [Electronic resource]. – Accessed mode : <http://www.dallasfed.org/fed/annual/index.cfm>.
10. One out of five businesses are infected by Malware through Social Media [Electronic resource]. – Accessed mode : <http://www.pandasecurity.com/mediacenter/social-media/uh-oh-one-out-of-five-businesses-are-infected-by-malware-through-social-media>.

### References

1. Bondar, U. How the crisis hinders eCommerce and how to succeed in online sales even in difficult times. Retrieved from <http://www.companion.ua/articles/content?id=299768>.
2. Carter, B. How to use social media to promote business. Retrieved from <http://www.business.ua/mybusiness/rost/kak-ispolzovat-sotsialnye-seti-dlya-prodvizheniya-biznesa-269503>.
3. How to create a customized audience. Retrieved from <https://www.facebook.com/business/help/170456843145568>.
4. Phil La Duke Using Social Media for Business Without Bleaching Out the Social. Retrieved from <https://www.entrepreneur.com/article/276523>.
5. Using Social Media to Increase Sales. Retrieved from <http://cbcommunity.comcast.com/browse-all/details/using-social-media-to-increase-sales>.
6. Nate Elliott How Does Your Brand Stack Up On Facebook, Twitter, And Instagram? Retrieved from [http://blogs.forrester.com/nate\\_elliott/15-09-15-how\\_does\\_your\\_brand\\_stack\\_up\\_on\\_facebook\\_twitter\\_and\\_instagram](http://blogs.forrester.com/nate_elliott/15-09-15-how_does_your_brand_stack_up_on_facebook_twitter_and_instagram).
7. It's No Longer a Question Whether to Use Social Media for Customer Service. Retrieved from <http://sproutsocial.com/insights/index/q2-2016>.
8. Cynthia Johnson How Social Media Jeopardizes Data Security. Retrieved from <https://www.entrepreneur.com/article/272459>.
9. After the Boom: Texas Economy Downshifts in Energy Bust. Retrieved from <http://www.dallasfed.org/fed/annual/index.cfm>.
10. One out of five businesses are infected by Malware through Social Media. Retrieved from <http://www.pandasecurity.com/mediacenter/social-media/uh-oh-one-out-of-five-businesses-are-infected-by-malware-through-social-media>.