

УДК 004:658.114

Задорожна Анна Володимирівна

*кандидат фізико-математичних наук, доцент,
доцент кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Задорожная Анна Владимировна

*кандидат физико-математических наук, доцент,
доцент кафедры цифровой экономики и бизнес-аналитики
Львовский национальный университет имени Ивана Франко*

Zadorozhna Anna

*PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor
Ivan Franko National University of Lviv*

**ПРО ОДИН З АСПЕКТІВ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ У КОМУНІКАЦІЯХ В БІЗНЕСІ
ОБ ОДНОМ ИЗ АСПЕКТОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КОММУНИКАЦИЯХ В
БИЗНЕСЕ
ABOUT ONE OF THE ASPECTS OF USING INFORMATION
TECHNOLOGIES IN BUSINESS COMMUNICATIONS**

Анотація. У статті розглянуто питання використання інформаційних технологій для потреб бізнесу, зокрема в ділових соціальних мережах. Останні являють собою онлайн-платформи, які надають можливість установлювати зв'язки між різними соціальними об'єктами. Серед існуючих соціальних мереж можна виділити такі групи: створені для приватного користування, спеціалізовані та ділові соціальні мережі. Цікавими для бізнес-комунікацій є ділові професійні мережі, які

призначені для встановлення ділових контактів. Розглянуто спектр найбільш популярних ділових мереж, дано характеристику кожної з них. Однією з найбільш відомих мереж для встановлення ділових контактів, яка до того ж має найбільшу аудиторію, є мережа LinkedIn. Вона допомагає створювати та розширювати бізнес, розміщувати ділову інформацію, створювати сторінки компанії та розміщувати рекламу, здійснювати пошук роботи, відслідковувати вакансії та компанії, вивчати конкурентів та бренди, здійснювати ділове листування тощо. Іншими популярними діловими мережами є Opportunity, Ryze, Xing, Meetup та ін.

До ділових соціальних мереж можна також віднести і підгрупу мереж, які призначені для ділового спілкування у внутрішньому середовищі, наприклад компанії, – корпоративні соціальні мережі. Вони створюють робочий простір для однієї або багатьох груп, покращують їх ділові контакти, полегшують координацію вирішення робочих питань. Фактично це платформа для комунікацій, спільної роботи та керування розподіленним персоналом – усе, що дозволяє організувати роботу у великих корпораціях. Звичайна корпоративна мережа для бізнесу забезпечує розміщення контенту різних форматів, інструменти для обговорення та онлайн-зустрічей, календар із нагадуванням важливих для робочих груп або цілої компанії подій, розміщення новин, базу контактів тощо.

Отож, у сьогоденні соціальні мережі відіграють значну роль при веденні бізнесу та встановленні ділових контактів. Компанії, які хочуть успішно організувати робочий процес, покращити свої позиції на ринку та розширити клієнтуру, знайти ділових партнерів та вирішити інші ділові питання, повинні у своїй діяльності використовувати соціальні мережі. Також їм належить важлива роль у започаткуванні бізнесу та вирішенні проблеми працевлаштування.

Ключові слова: Інтернет-бізнес, бізнес-комунікації, соціальна мережа, споживач, просування товарів та послуг, онлайн-платформа.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы использования информационных технологий для нужд бизнеса, в частности в деловых социальных сетях. Последние представляют собой онлайн-платформы, которые дают возможность устанавливать связи между различными социальными объектами. Среди существующих социальных сетей можно выделить следующие группы: созданные для частного пользования, специализированные и деловые социальные сети. Интересными для бизнес-коммуникаций являются деловые профессиональные сети, которые предназначены для установления деловых контактов. Рассмотрен спектр наиболее популярных деловых сетей, дана характеристика каждой из них.

Одной из самых известных сетей для установления деловых контактов, которая к тому же имеет самую большую аудиторию, является сеть LinkedIn. Она помогает создавать и расширять бизнес, размещать деловую информацию, создавать страницы компании и размещать рекламу, осуществлять поиск работы, отслеживать вакансии и компании, изучать конкурентов и бренды, осуществлять деловую переписку и тому подобное. Другими популярными деловыми сетями являются Opportunity, Ryze, Xing, Meetup и др.

К деловым социальным сетям можно отнести и подгруппу сетей, предназначенных для делового общения во внутренней среде, например компании – корпоративные социальные сети. Они создают рабочее пространство для одной или многих групп, улучшают их деловые контакты, облегчают координацию решения рабочих вопросов. Фактически это платформа для коммуникаций, совместной работы и управления распределенным персоналом – все, что позволяет организовать работу в крупных корпорациях. Обычная корпоративная сеть для бизнеса обеспечивает размещение контента различных форматов, инструменты для обсуждения и онлайн-встреч, календарь с

напоминанием важных для рабочих групп или целой компании событий, размещение новостей, базу контактов и тому подобное.

Итак, в настоящем социальные сети играют значительную роль при ведении бизнеса и установлении деловых контактов. Компании, которые хотят успешно организовать рабочий процесс, улучшить свои позиции на рынке и расширить клиентуру, найти деловых партнеров и решить другие деловые вопросы, должны в своей деятельности использовать социальные сети. Также им принадлежит важная роль в учреждении бизнеса и решении проблемы трудоустройства.

Ключевые слова: *Интернет-бизнес, бизнес-коммуникации, социальная сеть, пользователь, продвижение товаров и услуг, онлайн-платформа.*

Summary. *The article deals with the use of information technology for business needs, in particular in business social networks. They are online platforms that make it possible to establish connections between various social objects. Among the existing social networks, the following groups can be distinguished: created for private use, specialized and business social networks. Interesting for business communications are business professional networks, which are designed to establish business contacts. The spectrum of the most popular business networks is considered, the characteristics of each of them are given.*

One of the most well-known business networks, which also has the largest audience, is LinkedIn. It helps to create and expand a business, post business information, create company pages and advertisements, search for jobs, track vacancies and companies, study competitors and brands, carry out business correspondence etc. Other popular business networks are Opportunity, Ryze, Xing, Meetup, etc.

Business social networks include a subgroup of networks designed for business communication in the internal environment, for example, companies – corporate social networks. They create a workspace for one or many groups, improve their business contacts, and facilitate the coordination of resolving work issues. In fact, it is a platform for communications, collaboration and distributed workforce management – everything that allows you to organize work in large corporations. A typical corporate network for business provides content placement in various formats, tools for discussion and online meetings, a calendar with reminders of important events for workgroups or the whole company, news posting, a contact database, and the like.

So, in the present, social media plays a significant role in doing business and establishing business contacts. Companies that want to successfully organize their workflow, improve their market position and expand their clientele, find business partners and solve other business issues should use social media in their activities. They also play an important role in starting a business and solving the problem of employment.

Key words: *online business, business communication, social network, user, promotion of goods and services, online platform.*

Постановка проблеми в загальному вигляді. Значні інноваційно-технологічні досягнення в галузі цифрових технологій дозволили створювати соціальні мережі й у такий спосіб об'єднувати мільйони осіб і організацій по світу, надаючи можливість у встановленні нових контактів та обміні повідомленнями, розширенні ринків збуту товарів і послуг, поширенні реклами та ін. Використання таких онлайн-платформ є новим напрямком розвитку бізнесу, недооцінювати значення якого у даний час не можна.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деякі питання особливостей використання соціальних мереж у бізнесі розглядалися

такими авторами, як Пилипчук В. П. [1], Калужський М. Л., Карпов В. В. [2], Курбан О. [3] та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є з'ясування основних шляхів використання інформаційних технологій для вдосконалення бізнес-комунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальну мережу можна охарактеризувати як онлайн-платформу, яка уможливорює встановлення зв'язків між різними соціальними об'єктами. Такі мережі дозволяють об'єднувати мільйони людей по цілому світу, надаючи можливість розміщувати в мережі текстові повідомлення і відео, здійснювати обмін ними, поширювати товари та рекламу, знаходити співрозмовників та ін. Прикладами ділових мереж є LinkedIn, Opportunity, Ryze, Xing та ін. Однією з найбільш відомих мереж для встановлення ділових контактів є мережа LinkedIn (<https://www.linkedin.com/>), яка була заснована у 2003 р. На сьогодні її популярність підтверджується аудиторією в 756 млн користувачів (за даними 2021 р.) з більше ніж 200 країн світу, а кожної хвилини через мережу винаймають на роботу три особи. Популярність цієї мережі найбільша у віковому діапазоні 25–43 роки (що становить 61 % від всіх користувачів LinkedIn), кожен четвертий співробітник із п'ятох перебуває на керівній посаді, понад 30 млн компаній зареєстровано в мережі [9]. Серед ділових мереж вона є найбільшою за аудиторією. LinkedIn є одним з інструментів створення кар'єри й надає такі можливості [4]:

- створювати та розширювати бізнес;
- розміщувати інформацію про ділові поїздки, конференції;
- створювати сторінки компанії та розміщувати рекламу;
- здійснювати пошук роботи, відслідковувати вакансії та відповідні компанії;
- вивчати конкурентів та бренди;

- здійснювати ділове листування;
- використовувати рекомендації при працевлаштуванні або надавати рекомендації;
- створювати та підтримувати список ділових контактів;
- імпортувати контакти з Outlook та електронної пошти;
- здійснювати пошук користувачів за допомогою такої функції в LinkedIn, як пошук старих контактів;
- створювати за допомогою Cover Story відеозапис про персональну професійну історію та поширювати її серед рекрутерів [5];
- підключати деякі платні функції для вирішення питань, наприклад, автоматичної розсилки електронних листів користувачам мережі;
- створювати спільноти за інтересами (наприклад, співробітників компанії, випускників навчальних закладів або курсів тощо) [6].

Оскільки мережа призначена для ділових осіб, то передбачається, що її користувачу достатньо на день витратити до пів години, щоб одержувати всю необхідну інформацію. Також, з погляду на проблеми, з якими зіткнувся світ через Covid-19, LinkedIn тепер надає можливість у профілі користувача зазначити такі види зайнятості, як домробітниця, догляд за дитиною тощо [8]. Останні нововведення в мережі LinkedIn – заборона на контент неприйняттого змісту. Істотним недоліком мережі можна вважати те, що неповні профілі часто не беруться до уваги, а також існує можливість підроблення профілів.

Слід зазначити, що в багатьох ділових мережах, наприклад у LinkedIn, заборонено здійснювати просування та рекламу товарів та послуг. Для цього часто використовують мережі для спілкування або розваг. Зокрема, у мережах Facebook, Instagram дозволяється використовувати профілі та спільноти компаній для просування бренду. У

випадку ж просування товарів або послуг в LinkedIn сторінку компанії можуть видалити [6].

Xing (<https://www.xing.com/>) – німецька ділова мережа для пошуку та керування діловими й особистими контактами. Саме встановлення нових ділових контактів і є основною ідеєю цієї платформи. Вона дуже популярна в німецькомовному середовищі, хоча й немає такої великої аудиторії, як LinkedIn. Надає такі можливості [7]:

- спілкуватися на багатьох мовах;
- створювати власний профіль та профіль компанії;
- організовувати різні ділові заходи;
- розміщувати інформацію про вакансії або шукати роботу;
- налагоджувати ділові контакти;
- представити себе як майбутнього працівника або власника бізнесу;
- пропонує періодичні статті за обраним напрямком [10].

Недоліком Xing є обмеження кількості запитів на контакт.

Viadeo (<https://viadeo.journaldunet.com/>) – французька ділова мережа, яка вже набула популярності поза межами Франції. Вона працює за таким же принципом, як і LinkedIn. Значне розширення мережі відбулося за рахунок купівлі китайської ділової мережі Tianji.com, іспанської – ICTnet, індійської професійної мережі соціальних послуг ArpaCircle, канадського сайту керування контактами unyk.com.

Opportunity (<https://www.myopportunity.com/>) – відома ділова мережа, яка позиціонує себе як спільноту для пошукувачів та професіоналів бізнесу. Вона охоплює професіоналів з більше ніж 190 країн світу та надає біля 1 млрд можливостей для мільйонів фахівців [11]. В основу її роботи покладено алгоритм зіставлення, що дозволяє [11]:

- збільшувати продажі;
- об'єднувати користувачів у групи за інтересами;

- підключати фахівців для зустрічі з іншими фахівцями;
- здійснювати пошук кваліфікованих кандидатів на посаду;
- автоматично підбирати найкращі вакансії для конкретного пошукувача;
- обмінюватися повідомленнями в мережі. Так, можна надсилати повідомлення 2000 нових потенційних клієнтів у місяць; відправляти масові повідомлення 10000 контактів у місяць [11].

Ryze (<https://www.ryze.com/>) – орієнтована тільки на підприємців мережа з 1 млн учасників з усього світу, перевагами якої є:

- доступ до безкоштовної домашньої сторінки мережі;
- можливість отримати поради та ресурси від професіоналів у певній галузі;
- допомога у відновленні старих контактів та встановленні нових;
- можливість укласти угоди через учасників Ryze;
- можливість створення власних бізнес-мереж.

Разом із тим чисельність аудиторії Ryze є меншою, ніж в інших ділових мережах. Крім того, не передбачена мобільна версія Ryze.

Meetup (<https://www.meetup.com/>) – соціальна мережа, яка початково була створена для об'єднання людей за інтересами. Пізніше вона перетворилася на віртуальний простір для організації реальних зустрічей. Вона дозволяє користувачу спілкуватися, додавати контакти та особисто зустрічатися лише з учасниками тієї ж групи, в якій він перебуває в Meetup. І хоча дана мережа й призначена для організування особистих зустрічей осіб за інтересами, її також можна використовувати й для ділових контактів. Для цього найбільшою мірою підходить платна версія Meetup Pro. Перевагами мережі можна назвати можливість її використання для локальних мереж. Також Meetup об'єднує бренди й компанії з їх аудиторіями в реальному житті, стимулює зростання мережі, взаємодію з

клієнтами, підвищує впізнавання бренду на основі просування його в спільноті.

Gadball (<http://www.gadball.com/>) має інтеграцію з багатьма інтернет-сайтами, у тому числі з Facebook і Twitter, дозволяє керувати своїм професійним розвитком в Інтернеті. Цікавим є те, що система автоматично оцінює профіль користувача, виставляє за нього бали та в разі потреби дає рекомендації для його покращання. Також Gadball допомагає створити профіль за допомогою спеціального інструмента – майстра створення профілю. Він містить готові шаблони вакансій із описом та переліком завдань для понад 4000 посад, які можна переробити під себе. Gadball безкоштовно розміщує вакансії та містить базу з понад 200000 пропозицій роботи. Користувач має доступ до даних по заробітній платі за своєю професією, може одержувати доступ до центру супровідних листів.

AngelList (<https://angel.co/>) – мережа, яка призначена для просування користувачів, що мають на меті просунути в кар'єрі по стартапах [11]. Кількість вакансій, які вона пропонує, перевищує 130000 у сфері технологій та стартапів. Мережа дозволяє ознайомитися з розміром майбутньої зарплати, розміщувати вакансії та здійснювати пошук кандидатів. AngelList має безкоштовні інструменти для створення власної команди, надає можливість безкоштовно створювати бренд свого роботодавця. Недоліками мережі можна вважати недосконалість обміну повідомленнями та функції пошуку.

До ділових соціальних мереж належить і підгрупа мереж, які призначені для ділового спілкування у внутрішньому середовищі, наприклад компанії, – корпоративні соціальні мережі. Вони створюють робочий простір для однієї або багатьох груп, покращають їх ділові контакти, полегшують координацію вирішення робочих питань. Фактично це платформа для комунікацій, спільної роботи та керування розподіленім персоналом. Звичайна корпоративна мережа для бізнесу забезпечує:

- розміщення контенту різних форматів, яким можуть керувати працівники компанії;
- інструменти для обговорення та онлайн-зустрічей;
- календар із нагадуванням важливих для робочих груп або цілої компанії подій;
- розміщення новин;
- базу контактів тощо.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отож, соціальні мережі не можуть ігноруватися при веденні бізнесу та встановленні ділових контактів. Компанії, які хочуть успішно організувати робочий процес, покращити свої позиції на ринку, розширити клієнтуру, знайти ділових партнерів та вирішити інші ділові питання, повинні у своїй діяльності використовувати соціальні мережі. Також їм належить важлива роль у започаткуванні бізнесу та вирішенні проблеми працевлаштування.

Література

1. Пилипчук В. П. Соціальні мережі в процесі просування послуг підприємства // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. 2018. Вип. 2 (10). С. 60–65. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/915079.pdf> (дата звернення: 01.07.2021)
2. Калужский М. Л., Карпов В. В. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга // Практический маркетинг. 2013. № 2. С. 32–39. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-around/essay/web_comm.htm (дата звернення: 01.07.2021)
3. Курбан О. Соціальні мережі як інструмент у галузі PR // Вісник Книжкової палати. 2014. № 10. С. 45–47.

4. How to Use Social Media in Your Career. URL: <https://www.nytimes.com/guides/business/social-media-for-career-and-business> (дата звернення: 01.07.2021)
5. Bring Your Professional Story to Life on LinkedIn. URL: <https://blog.linkedin.com/2021/march/30/-bring-your-professional-story-to-life-on-linkedin> (дата звернення: 01.07.2021)
6. Linked In – це ... URL: <https://cleverstaff.net/blog/uk/linkedin-tse/> (дата звернення: 01.07.2021)
7. Как найти работу в Германии: социальная сеть XING. URL: <https://bluescardagency.ru/kak-najti-rabotu-v-germanii-sotsialnaya-set-xing/> (дата звернення: 04.07.2021)
8. A Better Way to Address Career Gaps. URL: <https://blog.linkedin.com/2021/april/12/a-better-way-to-address-career-gaps> (дата звернення: 04.07.2021)
9. Интересная статистика о LinkedIn 2020 (часть 2). URL: <https://linked-promo.com/analytics/interesnaya-statistika-o-linkedin-2020-chast-2/> (дата звернення: 04.07.2021)
- 10.7 Business Social Networks You Should Know About. URL: <https://www.lifewire.com/business-social-networks-3486557> (дата звернення: 10.07.2021)
11. Take your Business & Personal Networking efforts to a whole new level with MyOpportunity. URL: <https://www.myopportunity.com/c/build-business-relationships> (дата звернення: 10.07.2021)

References

1. Pylypchuk V. P. Socialjni merezhi v procesi prosvannja poslugh pidpryjemstva // Naukovyj visnyk Mukachivsjkogho derzhavnogho universytetu. Ser. : Ekonomika. 2018. Vyp. 2 (10). S. 60–65. URL:

<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/915079.pdf>

(data zvernennja: 01.07.2021)

2. Kaluzhskiy M. L., Karpov V. V. Setevye internet-kommunikatsii kak instrument marketinga // *Prakticheskiy marketing*. 2013. № 2. S. 32–39. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-around/essay/web_comm.htm (data zvernennja: 01.07.2021)
3. Kurban O. Socialjni merezhi jak instrument u ghaluzi PR // *Visnyk Knyzhkovoji palaty*. 2014. № 10. S. 45–47.
4. How to Use Social Media in Your Career. URL: <https://www.nytimes.com/guides/business/social-media-for-career-and-business> (data zvernennja: 01.07.2021)
5. Bring Your Professional Story to Life on LinkedIn. URL: <https://blog.linkedin.com/2021/march/30/-bring-your-professional-story-to-life-on-linkedin> (data zvernennja: 01.07.2021)
6. Linked In – ce ... URL: <https://cleverstaff.net/blog/uk/linkedin-tse/> (data zvernennja: 01.07.2021)
7. Kak nayti rabotu v Germanii: sotsialnaya set XING. URL: <https://bluecardagency.ru/kak-najti-rabotu-v-germanii-sotsialnaya-set-xing/> (data zvernennja: 04.07.2021)
8. A Better Way to Address Career Gaps. URL: <https://blog.linkedin.com/2021/april/12/a-better-way-to-address-career-gaps> (data zvernennja: 04.07.2021)
9. Interesnaya statistika o LinkedIn 2020 (chast 2). URL: <https://linked-promo.com/analytics/interesnaya-statistika-o-linkedin-2020-chast-2/> (data zvernennja: 04.07.2021)
- 10.7 Business Social Networks You Should Know About. URL: <https://www.lifewire.com/business-social-networks-3486557> (data zvernennja: 10.07.2021)

11. Take your Business & Personal Networking efforts to a whole new level with MyOpportunity. URL: <https://www.myopportunity.com/c/build-business-relationships> (data zvernennja: 12.07.2021)