

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Університет Ауреля Влайку (Румунія)
Центральна бібліотека Болгарської академії наук (Болгарія)
Коледж Санта-Фе (США)
Державний університет Сан-Паулу (Бразилія)
Університет Метрополітен Лондон (Великобританія)
Західноукраїнський національний університет (Тернопіль)
Державний архів Полтавської області
Центральна бібліотека Полтавської міської територіальної громади

Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи

**МАТЕРІАЛИ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

23 листопада 2023 року

Полтава

житті суспільства. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 252 с.

2. Карлова В.В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>.

3. Крос К. Політичні комунікації та новинні мас-медіа у демократичних країнах: конкуруючі підходи. URL: <http://www.socd.univ.kiev.ua/LIB/PUB/K/KROSS/content.htm>.

4. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедії та громадська думка. Київ: «К.І.С.», 2007. 256 с.

5. Станкевич Б. Політичні маніпуляції в інформаційній сфері під час проведення виборчих кампаній в Україні. *Українська національна ідея : реалії та перспективи розвитку* : зб. наук. праць. 2008. Вип. 20. С. 125–129.

Людмила Дерев'янка

м. Полтава

Руслан Зеленський

м. Миргород

ВЕБСАЙТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В епоху стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій мережа Інтернет поступово стає одним з основних засобів комунікації. Сучасні цифрові інструменти дозволяють компаніям і фірмам скоротити відстань з аудиторією, персоналізувати комунікацію й вивчати поведінку клієнтів для покращення продукту чи послуги.

Позиціювання підприємства в онлайн-просторі відбувається шляхом формування власного стилю, інформування громадськості – надання оперативної, якісної та повної інформації, встановлення та підтримання ефективного обопільного спілкування, а також створення механізму

зворотного зв'язку та вивчення громадської думки. Саме тому визначальну роль в діяльності підприємства, незалежно від організаційно-правової форми, спеціалізації та масштабів діяльності, відводять технології просування вебсайтів як одному з найважливіших компонентів механізму взаємодії зі споживачами. Для підприємства це передусім зручний канал зв'язку і швидкий вихід на клієнтів [2, с. 103].

Вебсайт – це сукупність програмних, інформаційних, а також медійних засобів, які логічно пов'язані між собою. За наявності власного вебсайту зростає ефективність проведених в мережі Інтернет комунікаційних заходів, оскільки будь-який комунікаційний носій може містити посилання на електронний ресурс підприємства. Він дає можливість таргетованого повідомлення інформації про себе і, залежно від типу реклами та просування сайту, можливість знайти в Інтернеті свою цільову аудиторію. Крім того, інформація про поведінку відвідувачів сайту відразу ж потрапляє в інформаційну систему підприємства і покращує якість обслуговування своїх клієнтів [2, с. 21–22].

Офіційний сайт підприємства, організації або установи одночасно виконує кілька найважливіших функцій: є потужним PR-інструментом для створення іміджу компанії, сприяє ефективному спілкуванню з різними цільовими аудиторіями, а також оперативній взаємодії з масмедіа.

Вебсайт є основним і найбільш ефективним засобом просування та поширення інформації про підприємство та його діяльність, а також слугує платформою для формування всіх видів рекламних інтернет-комунікацій з метою зворотного зв'язку з клієнтами, проведення опитувань та збору маркетингової інформації. Повноцінне віртуальне представництво підприємства передбачає розміщення документів і матеріалів, які формують імідж у віртуальному середовищі. За допомогою сайту також можна забезпечувати інформаційну та сервісну підтримку клієнтів і

партнерів; рекламувати, продавати товари й послуги; налагоджувати контакти і зв'язки тощо.

Використання власного сайту в мережі Інтернет докорінно змінює підходи до ведення бізнесу суб'єктами господарювання і надає їм широкі можливості та переваги, серед яких: вихід на нові ринки з унікальними товарами й послугами; організація зворотного зв'язку та поліпшення роботи служби підтримки користувачів шляхом інтерактивної обробки запитів споживачів; отримання та обробка актуальної інформації, прийняття на її основі ефективних управлінських рішень. Все це сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств та їхньої економічної безпеки [1, с. 108].

Отже, підвищенню ефективності позиціонування сучасного підприємства в онлайн-середовищі сприяє корпоративний вебсайт, унікальний контент якого здатний сформувати соціальну привабливість та позитивний імідж, а також забезпечити відкритість діалогу зі споживачами, партнерами та конкурентами.

Джерела та література

1. Орлик О. В. Сучасні тенденції та напрями використання підприємствами інформаційно-комунікаційних технологій. *Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць*. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 98–110.

2. Якушев О. В., Васильченко Л. С., Литвин С. В. Вебсайт підприємства як ефективний інструмент маркетингових комунікацій в мережі Інтернет. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. Херсон: ХНТУ, 2020. №1 (72). Частина 2. С.19–24.