

Література:

1. Radionova L., Kudryavtsev O. Blockchain as an imperative of accounting and analytical innovations / Обліково-аналітичні й статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці : збірник тез за матеріалами XVI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. 775 с. URL : file:///C:/Users/User/Downloads/6785_IR.pdf (дата звернення: 27. 01. 2022).

2. Гаджетомания и я. Чем обернётся крепкая дружба со смартфоном. URL : <https://rg.ru/2020/11/19/zavisimost-ot-gadzhetov.html> (дата звернення: 28. 01. 2022).

РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ

О. В. ЯРМАК, канд. екон. наук, доц.,
доц. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Введення режиму соціального дистанціювання, карантину та інші обмежувальні заходи у відповідь на пандемію COVID-19 призвели до фундаментального зрушення у структурі глобального попиту на онлайн-покупки товарів, а також збільшення використання цифрових інструментів комунікації та дистанційного споживання, таких як соціальні мережі, інтернет-телефонія, телеконференції, потокове відео.

Зокрема, збільшився попит на доступ до Інтернету та на послуги мобільної передачі даних. Одним із яскравих прикладів тут є соціальні медіа. Різко зросло використання сервісів онлайн-повідомлень, голосових повідомлень та відеодзвінків, при цьому попит на групові відеодзвінки у багатьох країнах зріс у десятки разів. В Іспанії Telefonica повідомила про зростання трафіку IP (інтернет-протокол) та мобільної передачі даних на 40% та 50% відповідно[1]. У Таїланді відбулося 828-відсоткове збільшення трафіку даних від Zoom Video Communications та 215-відсоткове зростання використання відеоконференцій Skype [1].

Крім того, криза COVID-19 призвела до зростання використання послуг телемедицини. Наприклад, у Китаї зростання онлайн-медичних платформ суттєво прискорилося: у період з грудня 2019 року до січня 2020 року деякі платформи демонстрували тризначні цифри зростання аж до 900 відсотків [1].

Тому сучасний успішний бізнес неможливий без використання мережі Інтернет. Надамо декілька рекомендацій, як правильно вивести свій бізнес в мережу.

1. Правильно виберіть доменне ім'я для сайту. Воно повинно бути унікальним, відповідати виду продукції. Не повинно бути сайтів, які працюють у тому ж сегменті, та відрізняються на декілька знаків. Не використовуйте цифри та дефіси. Чим коротше ім'я, тим краще.

2. Сайт повинен бути актуальним, тобто постійно оновлюватися. Це дозволить мати більшу кількість влучень пошукових систем. Рекомендується

оновлювати сайт хоча-б раз на тиждень, у найкращому випадку кожного дня. Це простіше усього зробити за допомогою системи блогів та новин.

3. Провести SEO (search engine optimization) – оптимізацію сайту. Це один із найперспективніших і водночас трудомістких способів розкручування ресурсу. Вона не дає миттєвих результатів, а працює на подальшу перспективу. Іноді компанії чекають місяцями, щоб їхній проєкт почав займати хоч якісь вагомні позиції в органічній видачі. Зате якимось якісно оптимізована сторінка зможе залучати потенційну аудиторію роками. Алгоритми пошукових систем постійно вдосконалюються, і першому плані дедалі більше висувається саме корисність і актуальність вмісту сторінок. Чи знайде користувач те, що шукав саме це є головним фактором ранжування.

4. Організувати контексту рекламу. Контекстна реклама передбачає створення рекламних оголошень та їх показ за окрему плату (оплачуються тільки кліки). Контекстна реклама – це покази в пошуковій видачі. Це також демонстрація медійних банерів та відео на сайтах-партнерах. Найбільш популярним сервісом розміщення контекстної реклами є Google AdWords. Але для проведення такої рекламної компанії необхідно чітко визначити цільову аудиторію. Також вартість контекстної реклами у відомих ресурсах є достатньо високою.

5. Ще одним ефективним сучасним інструментом є просування бізнесу у соціальних мережах. До найбільш ефективних сьогодні належать наступні:

– Facebook – соціальна мережа, яка набула найбільшого поширення серед дорослих людей, які працюють у сфері маркетингу, IT тощо. Сфера інтересів користувачів відображена у їхніх постах: це нові технології, подорожі, освіта, Інтернет, бізнес, література, мотивація тощо. Найбільший інтерес для них мають лонгріди. Більшість активних користувачів Facebook заходить на сайт з мобільних пристроїв, тому рекомендується ілюструвати пости картинками 800 x 600.

– Instagram – найпопулярніший фотохостинг у світі. Якщо ви ведете обліковий запис бренду в Інстаграм, зверніть увагу на єдиний стиль в оформленні. Картинка має бути візуально привабливою. Для цього рекомендується використовувати не лише стандартні фільтри, а й обробляти зображення у сторонніх фоторедакторах.

– Twitter – цільова аудиторія – люди 20-40 років, котрі цінують свій час. Оптимальний майданчик для реклами свого блогу чи корпоративного сайту. Зацікавлені користувачі перейдуть за посиланням та отримають необхідну інформацію. Також це оптимальний ресурс для брендів, яким є чим ділитися тут і зараз.

Виконання цих порад дозволить ефективно вести свій бізнес та зробить його більш ефективним в умовах епідеміологічних обмежень.

Література:

1. World Trade Organization. Annual Report. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf (Accessed 23.12.2021).