

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н.
КАРАЗІНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«ПРАКТИКИ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕС-ПОСЛУГ В СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖАХ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ЗСМК-42

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності 061 Журналістика

Кресова А.А.

Керівник: старший викладач Погарська Н.В

Харків – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Соціологічний факультет

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) бакалавр

Спеціальність 061 Журналістика

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ / Ірина СОЛДАТЕНКО

підпис ім'я та прізвище

“ ____ ” ____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)

Кресової Аліси Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Практики просування бізнес-послуг в соціальних мережах»
керівник роботи старший викладач Наталія Погарська
(ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “01” квітня 2024 року №1006-5/747

2. Строк подання студентом роботи 24.05.2024

3. Перелік питань, які потрібно розробити

1. Провести аналіз бізнес послуг в Україні з моменту незалежності, відстежити тенденції.
2. Визначити чинники, що впливають на розвиток бізнес-послуг в Україні.
3. Проаналізувати практики просування бізнес-послуг в соціальних мережах, знайти проблеми та їх рішення.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Вибір теми та розробка плану дослідження
2	Пошук теоретичної інформації для аналізу
3	Збір та аналіз матеріалу
4	Аналіз та написання теоретичної частини
5	Аналіз методів та інструментів з відкритих джерел
6	Вивчення питання практик просування бізнесу в соціальних мережах
7	Пошук проблем в просуванні бізнесу в соціальних мережах та їх рішення

5. Дата видачі завдання 24.05.2024

Студент



Аліса КРЕСОВА

підпис

ім'я і прізвище

Керівник роботи

Наталія ПОГАРСЬКА

підпис

ім'я і прізвище

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС ПОСЛУГ	5
1.1.Теоретична сутність бізнес-послуг	5
1.2.Вплив глобальних та економічних змін на розвиток бізнес-послуг.....	9
Висновки до розділу 1	17
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	18
2.1.Етапи розвитку ринку бізнес-послуг в Україні	18
2.2.Аналіз сучасного стану розвитку ринку бізнес-послуг в Україні.....	23
2.3.Оцінка впливу факторів на розвиток бізнес послуг в Україні	29
2.4.Проблеми розвитку бізнес послуг в Україні та шляхи її вирішення	34
Висновки до розділу 2.....	38
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИКИ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕС-ПОСЛУГ	39
3.1 Просування бізнес-послуг у соціальних мережах	39
3.2 Порівняльний аналіз ефективності просування у різних соціальних мережах.....	41
3.3 Проблеми просування бізнес-послуг та їх вирішення	42
Висновки до розділу 3	43
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48

ВСТУП

Бізнес-послуги є одним із системотворчих елементів сучасної економіки, оскільки саме вони забезпечують збільшення частки зайнятих у сфері послуг, частки доданої вартості у ВВП, і, як відомо, доступ до бізнес-послуг зумовлює зростання майже всіх галузей національної економіки. Внаслідок цього розвиток сфери бізнес-послуг стає пріоритетним для забезпечення якісного динамічного економічного зростання як окремої держави, групи держав, так і всієї світової спільноти. Тим не менш, сектор ділових послуг під впливом глобалізації та технологічного прогресу зазнає серйозних змін.

В сучасних умовах економічного розвитку України актуальність вивчення розвитку бізнес-послуг надзвичайно висока. Швидкі та нестримні зміни в технологічній сфері, глобалізація ринків та високий рівень конкуренції ставлять перед підприємствами завдання адаптації та пошуку нових можливостей для покращення своєї діяльності.

Сектор бізнес-послуг надає широку можливість використовувати операційні можливості та стратегії зростання постачальникам послуг у різних галузях. Оскільки компанії прагнуть скоротити постійні витрати та передати непрофільні послуги на аутсорсинг, ми бачимо зростаючі можливості для підтримки та створення компаній, що надають ці послуги, використовуючи міжгалузевий досвід та глибоке розуміння секторів.

Метою даної роботи є вивчення та аналіз основних тенденцій розвитку бізнес-послуг в Україні, а також ідентифікація ключових чинників, що впливають на їхнє функціонування.

В процесі досягнення мети вирішувались наступні завдання:

- визначити теоретичну сутність бізнес-послуг;
- розглянути вплив глобальних та економічних змін а розвиток бізнес-послуг;

- визначити етапи розвитку ринку бізнес-послуг в Україні
- провести аналіз сучасного стану розвитку ринку бізнес-послуг в Україні;
- здійснити оцінку впливу факторів на розвиток бізнес послуг в Україні
- визначити проблеми розвитку бізнес послуг в Україні та шляхи їх вирішення.

Об'єктом дослідження є бізнес-послуги в Україні загалом, враховуючи різноманіття секторів та галузей.

Предметом дослідження стануть теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку бізнес-послуг в Україні.

Розвиток інновацій, цифрові трансформації та зміни у споживацьких прагненнях споживачів створюють необхідність для підприємств у цьому секторі вдосконалювати свої підходи та послуги. Дослідження цієї теми дозволить з'ясувати, як підприємства адаптуються до нових умов, використовуючи стратегії та інноваційні методи для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості в умовах сучасного бізнес-середовища в Україні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС ПОСЛУГ

1.1. Теоретична сутність бізнес-послуг

Бізнес-послуги — це послуги, які використовуються підприємствами для ведення своєї діяльності. Вони необхідні для ефективної роботи підприємств і включають банківську справу, транспорт, складування, страхування, зв'язок тощо. Підприємствам необхідні різноманітні послуги ведення своєї діяльності. Наприклад, від банків бізнес хоче наявності коштів; від страхових компаній бізнес хоче, щоб його заводи, машини, товари тощо були застраховані. Ділові послуги не призводять до випуску фізичної продукції. Є багато бізнес-послуг, якими може скористатися бізнес.

Ось деякі відомі бізнес-послуги: послуги з навчання, послуги з програмного забезпечення, планування заходів, консалтингові послуги, маркетингові послуги, комунікаційні послуги, страхові послуги і т.п.

До основних характеристик бізнес-послуг належать:

1. Невід'ємність: Ділові послуги не включають виробництво фізичних продуктів та є допоміжною діяльністю. Ці послуги не мають фізичної форми; тобто до них не можна доторкнутися або побачити. Натомість вони набувають розповсюдження за допомогою взаємодії та знань.

2. Залучення. Клієнти часто відіграють певну роль у процесі надання послуг, і їхня задоволеність може залежати від рівня їхньої участі та спілкування з постачальником послуг.

3. Нероздільність. Послуги часто виробляються та споживаються одночасно. Постачальник та клієнт взаємодіють у процесі надання послуг, що може вплинути на якість обслуговування.

4. Непослідовність: послугами доводиться користуватися щоразу частіше. Послуги не мають послідовності та їх доводиться виконувати час від часу.

5. Інвентаризація. Ділові послуги не можуть зберігатися. Їх не можна зберегти для використання у майбутньому. Основна відмінність між товарами та послугами полягає лише у запасах: товари можна зберігати, а послуги – ні.

Існує 6 різних видів бізнес-послуг:

1. Транспортування: складаються з вантажних перевезень разом із допоміжними послугами всіма видами транспорту; залізничні, автомобільні, повітряні і морські перевезення вантажів та міжнародні перевезення пасажирів. Перешкода місця усувається за допомогою транспорту, оскільки забезпечує доступність товарів споживачам з місця виробництва.

2. Банківська справа. Для придбання активів, закупівлі сировини тощо необхідні засоби, і необхідні кошти, які можна отримати в банку. Проблему фінансів можна вирішити з допомогою банківських послуг. Банки позичають гроші та надають безліч послуг, таких як овердрафти, кредити готівкою тощо. Комерційні банки допомагають експортерам збирати гроші з імпортерів у разі зовнішньої торгівлі.

3. Страхування. Страхування — це договір, який покриває збитки, які, як очікується, будуть викликані невідомою подією серед низки людей, які зазнали її впливу та планують захистити себе від нього. Це договір або угода, в якій одна сторона обіцяє виплатити узгоджену суму грошей іншій стороні в обмін на відшкодування збитків через якесь непередбачуване явище.

4. Складування. Коли товари зберігаються на складі, щоб забезпечити їх доступність у міру потреби, це називається складуванням. Це допомагає підприємствам долати проблеми зберігання та робить товари доступними, коли це необхідно, тим самим допомагаючи підтримувати ціни на розумному рівні. Складування також пропонує широкий спектр послуг. Вони відповідають за управління запасами, що передбачає забезпечення виробничих підрозділів необхідною кількістю товарів у потрібний час.

5. Комунікація. Комунікація визначається як процес обміну повідомленнями для людей з метою досягнення загального розуміння.

Комунікація є найважливішою підтримкою торгівлі. Клієнтам також корисно дізнатися про товари та послуги, про те, як розмістити замовлення чи переваги послуг, або подати скаргу на товар або залишити відгук про послуги.

6. Юридичні послуги. Компанії може знадобитися найняти юридичні послуги для підготовки своїх юридичних контрактів, включаючи трудові договори, контракти з постачальниками тощо. Професійні юридичні послуги необхідні будь-якому бізнесу для обговорення юридичних питань, отримання консультацій, підготовки юридично обов'язкових документів тощо.

На сьогоднішній день стали популярними інновації в цьому секторі. Вони орієнтовані на впровадження новаторських ідей, технологій та стратегій для покращення якості надання послуг, забезпечення конкурентних переваг. Вони можуть включати в себе впровадження штучного інтелекту, автоматизацію процесів та використання аналітичних інструментів.

Стосовно тенденцій розвитку бізнес-послуг, то тут маємо декілька додаткових пунктів, це цифрова трансформація, персоналізація, глобалізація, сталість якості, екологічна стійкість.

Саме цифрова трансформація представляє собою стратегічний процес, спрямований на використання передових цифрових технологій для перетворення бізнес-процесів, моделей та культури підприємства. Цифрова трансформація стала ключовим елементом стратегій розвитку підприємств у сфері бізнес-послуг, оскільки сучасний бізнес вимагає не лише адаптації до цифрового середовища, а й активного використання цифрових технологій для оптимізації процесів, покращення взаємодії з клієнтами. Розглянемо ключові аспекти цифрової трансформації як стратегії розвитку підприємств бізнес-послуг.

Перше - це, автоматизація та оптимізація процесів. Цифрова трансформація передбачає впровадження автоматизованих систем для оптимізації внутрішніх процесів. Наприклад, банківська сфера (PrivatBank). PrivatBank в Україні успішно впроваджує цифрові технології для

автоматизації банківських операцій та зручності клієнтів, використовуючи інноваційні CRM-системи та електронні платіжні рішення.

Друге - це, впровадження хмарних технологій. Хмарні технології дозволяють підприємствам ефективно зберігати та обробляти великі обсяги даних, забезпечуючи гнучкість та доступність. Це особливо актуально для зберігання конфіденційної інформації та сприяє глобальній доступності даних. Наприклад, IT-аутсорсинг (SoftServe). SoftServe використовує хмарні технології для забезпечення гнучкості та масштабованості своїх послуг у сфері IT-розробки та консалтингу.

Третє - це, розробка мобільних додатків. Створення мобільних додатків є важливим елементом цифрової трансформації. Підприємства розробляють додатки для спрощення взаємодії з клієнтами, надання швидких сервісів та підвищення зручності використання їхніх послуг. Наприклад, торговельна мережа (Rozetka). Rozetka в Україні надає мобільний додаток для онлайн-шопінгу, що сприяє зручності та доступності покупок для клієнтів.

Четверте - це, використання штучного інтелекту (AI) та аналітики даних. Штучний інтелект та аналітика даних грають важливу роль у цифровій трансформації. Системи прогнозування, персоналізовані поради та аналіз великих обсягів даних допомагають підприємствам легше розуміти потреби клієнтів та пристосовувати свої послуги. Наприклад, фінтех-послуги (Lendwings). Компанія Lendwings використовує аналітику даних та штучний інтелект для визначення кредитоспроможності клієнтів та надання персоналізованих фінансових рішень.

П'яте - це, кібербезпека. Розвиток цифрових технологій вимагає посилення заходів з кібербезпеки. Підприємства вдосконалюють свої системи захисту даних, використовуючи шифрування, двофакторну аутентифікацію та системи моніторингу загроз. Наприклад, IT-безпека (CysCentr). CysCentr в Україні надає послуги з кібербезпеки, використовуючи сучасні технології для захисту бізнес-процесів та конфіденційної інформації.

Шопсте - це, електронна та мобільна комерція. Цифрова трансформація стимулює розвиток електронної та мобільної комерції. Бізнес-послуги активно використовують онлайн-платформи для продажу своїх товарів та послуг, що сприяє розширенню аудиторії та збільшенню прибутку. Наприклад, доставка їжі (Glovo). Glovo в Україні використовує платформу для електронного замовлення та доставки їжі, що дозволяє клієнтам зручно користуватися послугами мобільної комерції.

Ці приклади відображають, як підприємства в Україні успішно впроваджують стратегії цифрової трансформації для покращення своєї діяльності та взаємодії з клієнтами, надаючи їм інноваційні та зручні рішення. Ці стратегії цифрової трансформації взаємодіють, сприяючи створенню гнучких та інноваційних моделей бізнесу. Впровадження цих підходів дозволяє підприємствам бізнес-послуг не лише адаптуватися до сучасних викликів, але й лідирувати в своїй галузі.

1.2. Вплив глобальних та економічних змін на розвиток бізнес-послуг

Швидко мінливі ринки, зростаюча конкуренція, прагнення постійного зниження витрат, консолідація галузі та технологічні зміни ведуть до того, що все більше компаній концентрують зусилля у сфері досягнення конкурентних переваг, тоді як допоміжні функції делегуються стороннім компаніям-постачальникам.

У такому разі сторонніми компаніями-постачальниками і виступають підприємства, що надають ділові послуги. Використання аутсорсингу на ринку ділових послуг призвело до виникнення нових моделей взаємодії учасників ринку під час здійснення ділових операцій та зумовило трансформацію галузі у найближче десятиліття.

Основними сегментами сучасного світового ринку аутсорсингу є аутсорсинг інформаційних технологій та аутсорсинг бізнес-процесів. Високий попит на послуги аутсорсингу у сфері високих технологій і НДДКР обумовлює поступову трансформацію аутсорсингу бізнес-процесів в аутсорсинг управління знаннями, поняття, яке включає комплекс наукомістких високотехнологічних послуг.

Основними галузями, для яких характерне широке застосування аутсорсингу високотехнологічних послуг, є фармацевтична та напівпровідникова промисловість.

Основними покупцями на ринку аутсорсингу виступають США, Великобританія, країни Західної Європи, менш схильні вдаватися до аутсорсингу наукомістких високотехнологічних послуг компанії Японії та Австралії. Індія, Китай, країни Східної Європи продовжують домінувати на ринку як основні постачальники послуг. Проте в майбутньому їм можуть скласти серйозну конкуренцію Філіппіни, Україна, Польща, країни Південної Африки, Мексика, Коста-Ріка, Сінгапур, Ірландія, Канада.

Одна із сучасних тенденцій удосконалення аутсорсингу на міжнародному ринку ділових послуг полягає у швидкій його модифікації та прийнятті ним все більш складних форм. Спочатку розвивалося замкнене партнерство (коли компанія встановлювала постійні зв'язки України з одним партнером). Потім отримав розвиток відкрите партнерство (коли компанія встановлювала зв'язки з багатьма партнерами), що має свої переваги (відносна легкість встановлення зв'язків) та недоліки (обмежений контроль, ризик розбіжності, конфлікту інтересів партнерів).

Сучасний період становлення аутсорсингу на ринку ділових послуг характеризується формуванням інтегрованих альянсів на основі конвергенції інтересів партнерів та поділу ризиків. Недолік таких альянсів полягає у недостатній гнучкості.

Слід зазначити, що спостерігається збільшення консалтингових послуг на тлі глобалізації компаній, що зростає, інформаційної революції та зниження витрат виробництва.

Аналіз світового ринку консалтингових послуг показав, що їхнє зростання тісно пов'язане із циклічним розвитком світової економіки. В часи сприятливих економічних умов організації мають більш високі доходи та бюджети, що створює умови для збільшення витрат на консультантів. І, навпаки, за часів економічного спаду організації скорочують свої витрати, що призводить до скорочення витрат на консалтинг.

Протягом багатьох років глобалізація, консолідація, зміни у законодавстві та ефективність технологій виступали як основні фактори зростання консалтингових послуг. Пізніше рушійним чинником зростання стали цифровізація економік та бізнес-моделі. Ринок консалтингу в Північній Америці вважається найзрілішим у світі, проте регіон EMEA, що включає Європу, Близький Схід та Африку, лідирує за розміром консалтингового ринку, його частка становить 41% від світового ринку. У США найбільший національний ринок консалтингу, тоді як Канада займає 7% північноамериканського ринку. Головним центром консалтингових послуг Азіатсько-Тихоокеанського регіону є Австралія, де консалтинг складає близько 16% усіх послуг у країні.

Ділові послуги під впливом тенденцій глобалізації та лібералізації піддалися значним технологічним та структурним змінам. Глобалізація ринку ділових послуг призвела до посилення ділової інтеграції, зниження національних бар'єрів, що привело до збільшення кількості злиття та поглинань у секторі ділових послуг. Істотним доказом перспективи інвестування у сферу ділових послуг є те, що кількість транскордонних злиттів і поглинань у цьому секторі поступово збільшується.

Найбільшою динамікою відзначено експорт капіталу у формі поставок послуг через комерційну присутність. Затверджуючи власні структури в інших країнах, компанії віддають перевагу даній моделі через прагнення подолати

високі захисні бар'єри у транскордонній торгівлі та повною мірою використовувати територіальні та порівняльні переваги.

Розглядаючи глобальність як фактор, що несе в собі вектор змін, відзначимо, що з цього погляду світовий простір є єдиним ринок, на якому немає локальних національних ринків і не існує відмінностей між споживачами. З цього випливає, що сутність глобального ринку визначається встановленням цільових груп споживачів незалежно від національних переваг окремо взятої країни або країн, де діагностика будується на взаємозв'язку таких глобальних елементів, як: глобальне мислення (маркетинг) – глобальна реклама – глобальна ідея – глобальні рекомендації – глобальні технології – глобальні споживачі.

Глобальні бізнес-послуги (GBS) – це еволюція центрів загальних послуг (SSC) та аутсорсингу бізнес-процесів (BPO) у більш цілісну та між функціональну структуру, яка фокусується на підвищенні ефективності процесів, якості обслуговування та скорочення витрат.

Хоча глобальні бізнес-послуги бувають різних форм, розмірів та різновидів (глобальні та регіональні; оншорні, прибережні та офшорні послуги; внутрішні та аутсорсингові), вони зазвичай поєднують безліч допоміжних функцій, таких як фінанси, закупівлі, технології, людські ресурси та об'єкти під одним дахом.

Глобальні технологічні та економічні зміни останніх десятиліть впливають на розвиток бізнес-послуг, перетворюючи їх структуру та функції. Однією з ключових тенденцій є цифрова трансформація, яка відбувається внаслідок впровадження передових технологій, таких як штучний інтелект, аналітика даних та хмарні рішення.

Глобальний доступ до Інтернету і зростання мобільних технологій розширюють можливості ведення бізнесу-послуг в онлайн-режимі, що створює нові можливості для підприємств. Електронна комерція та онлайн-платформи дозволяють компаніям розширювати свій глобальний зовнішній ринок і привертати клієнтів з різних країн. Збільшення доступності до

цифрових інструментів сприяє зростанню невеликих підприємств і стартапів. Економічні системи також зазнають змін, зокрема виникає новий спосіб взаємодії між компаніями, споживачами та партнерами завдяки цифровим технологіям.

Технологічні рішення в сфері бізнес-послуг допомагають підприємствам автоматизувати процеси, підвищувати продуктивність та зменшувати витрати. Використання аналітики даних дозволяє бізнесам отримувати цінні інсайти, що полегшує прийняття стратегічних рішень.

З іншого боку, ці технологічні зміни породжують нові виклики, такі як кібербезпека та приватність даних. Підприємства повинні активно працювати над забезпеченням безпеки своїх інформаційних систем та взаємодіяти з клієнтами, забезпечуючи захист їх особистої інформації.

У зв'язку з економічними змінами, відбувається реорганізація бізнес-моделей та стратегій. Глобалізація та відкритість ринків створюють нові можливості для міжнародної співпраці та конкуренції. Загалом, глобальні технологічні та економічні трансформації в сфері бізнес-послуг наводять на новий рівень ефективності, конкурентоспроможності та можливості росту.

За останні роки багато корпорацій підвищили професіоналізм своїх середовищ BPO та SSC за допомогою створення Global Business Services. Розглянемо основні фактори, що сприяють зростаючій популярності Global Business Services .

Глобальні бізнес-послуги (GBS) – це еволюція центрів загальних послуг (SSC) та аутсорсингу бізнес-процесів (BPO) у більш цілісну та міжфункціональну структуру, яка фокусується на підвищенні ефективності процесів, якості обслуговування та скороченні витрат. Хоча глобальні бізнес-послуги бувають різних форм, розмірів та різновидів (глобальні та регіональні; оншорні, прибережні та офшорні послуги; внутрішні та аутсорсингові), вони зазвичай поєднують безліч допоміжних функцій, таких як фінанси, закупівлі, технології, людські ресурси, та об'єкти під одним обтічним дахом.

Розвиток світового ринку бізнес-послуг зіткнувся з постійно зростаючою потребою працювати гнучко та ефективно, корпорації все частіше звертаються до Global Business Services як засобу покращення досвіду співробітників чи користувачів, підвищення продуктивності чи прискорення бізнес-аналітики.

Ринок глобальних бізнес-послуг, вартість якого за однією з оцінок становить близько 620 мільярдів доларів, швидко зростає. Найближчими роками у цьому секторі очікується двозначне зростання, зумовлене тенденціями та подіями, у тому числі:

1) Крос-функціональна оптимізація. У функції підтримки виникає спокуса оптимізувати лише всередині розрізненого підрозділу та зупинятися у точках, де процес передається іншому відділу. У цьому випадку основна увага цієї функції приділяється власній доданій вартості та власним операційним покращенням.

Однак, оскільки GBS працює за декількома функціями, може відбутися структурний зсув у бік наскрізних процесів та маршрутів. В результаті організації наживаються на можливостях, які раніше були втрачені. Наприклад, там, де HR вдалося скоротити витрати лише на управління персоналом та розрахунок заробітної плати, у середовищі GBS є можливість побудувати ширше економічне обґрунтування з IT та фінансами для наскрізного покращення процесів із вигодою підприємства загалом.

Узгодивши спільну дорожню карту GBS за функціями, плани та інвестиції здійснюються на основі ширших бізнес-цілей. Це акселератор підтримуючих функцій компанії. Справжнє комплексне покращення процесів потребує ширшого погляду на розробку ідей та реалізацію рішень, а не просто розгляд ізольованих процесів. І саме в цьому полягає суть GBS: виявляти, аналізувати та використовувати ці колективні можливості для організації.

2) Використання інтелектуальної автоматизації. Хмарні рішення багато внесли у світ загальних сервісів та автоматизації бізнес-процесів. Однак організації виявляють, що через безліч доступних інструментів стає складніше

спростити завдання і зробити прозорими процесами. GBS задає напрямок та прискорює автоматизацію за рахунок комплексної розробки інтелектуальних процесів. При централізованому управлінні стратегічні пріоритети перетворюються на дорожню карту автоматизації. Це запобігає появі в організації дедалі більше фрагментованих процесів та інструментів.

Найчастіше використовуваними технологіями автоматизації є системна інтеграція, робочі процеси, цифрові форми та затвердження/електронні підписи, роботизована автоматизація процесів (для завдань, що повторюються) і управління цифровими документами (включаючи зберігання та зберігання).

GBS прагне розвивати цифрову корпоративну культуру, а також способи взаємодії співробітників всередині організації. Грунтуючись на ширшій організаційній стратегії, GBS може приймати ефективніші довгострокові інвестиційні рішення. Це означає, що обрана технологія або рішення з автоматизації можуть принести більш високу «окупність інвестицій» і досягти більшої зацікавленості організації.

3) Вища продуктивність і нижчі витрати. За останнє десятиліття компанії підвищили продуктивність за рахунок централізації послуг в ОЦО або передачі на аутсорсинг партнеру ВРО. Паралельно роботу було перенесено в недорогі країни Східної Європи чи Азії. Економії досягнуто за рахунок централізації та зниження витрат на робочу силу. Організації, що переходять від моделі SSC або ВРО до GBS, виявляють, що ще до цього переходу їх витрати вже низькі. Однак додаткова цінність наявності організаційної стратегії GBS виходить за межі централізації та трудового арбітражу. Зосередивши увагу на ширших бізнес-цілях, GBS здатний зробити свій внесок у підвищення продуктивності організації та економію витрат на іншому рівні, довівши вже існуюче прагнення ефективності моделей SSC і ВРО до рівня доданої вартості компанії.

Ключовою причиною цього є ширша перспектива GBS: аналіз допоміжних функцій допомагає виявити джерела неефективності, які раніше

були приховані. В результаті покращення процесів, що проводяться в організації GBS, можуть призвести до ще більшої продуктивності та зниження витрат.

4) Віртуальні команди «в міксі». Пандемія Covid-19 продемонструвала, що робота у віртуальних командах може стати чудовою альтернативою фізичній роботі в одному місці. Завдяки прискореному розвитку онлайн-інструментів для спільної роботи, віртуальна співпраця нікуди не подінеться.

Для розвитку GBS це величезна нагода. В ідеальному поєднанні наземних, прибережних та морських послуг віртуальні команди сприятимуть розширенню можливостей та безперервності надання послуг. Але, перш за все, це означає, що місцезнаходження більше не повинно бути обмежуючим фактором при наборі кращих спеціалістів GBS.

5) Аналіз даних. Інша значна частина доданої вартості, яку забезпечує GBS, пов'язана зі збиранням та аналізом цифрових даних. GBS розширює доступ організації до цифрових даних, оскільки група GBS збирає дані, необхідні компанії. Швидкість отримання аналітичних даних, звітів та інформаційних панелей на основі необроблених даних практично в реальному часі забезпечує велику цінність для бізнесу компанії, дозволяючи керівництву приймати точніші та проактивніші бізнес-рішення. Крім того, шляхом поєднання компетенції різних допоміжних функцій, що входять до складу GBS, спільно розвиваються цифрові можливості. Таким чином, розвиток інструментів обробки даних та навичок аналітики набуває все більшої значущості в умовах GBS.

6) Професійне управління. Використовуючи модель GBS, організації створюють справжню організацію управління, в якій аналіз, вибір партнерів та рішення щодо надання послуг об'єднані воедино. У розвиненій організації GBS команда управління GBS знаходиться на найвищому рівні, що дозволяє впливати на всі зацікавлені сторони. Це означає величезне посилення внутрішньої компетентності щодо відповідності потреб бізнесу, розробки стратегій постачання та реалізації цих стратегій.

Крім того, методології переходів, змін та комунікації в організації стандартизовано та професіоналізовано. GBS забезпечує найкраще управління прийняттям рішень та наданням послуг для допоміжних функцій, таких як фінанси, IT та HR, за допомогою постійного узгодження ініціатив зі стратегічними цілями організації. Поліпшення, особливо порівняно із ситуацією, в якій кожна функція робила свою справу.

Висновки до розділу 1

Метою бізнес-послуг є надання компаніям необхідних інструментів та ресурсів, необхідних для досягнення успіху. Це може включати в себе будь-що: від надання офісних приміщень та обладнання до консультацій та фінансових консультацій. Бізнес-послуги можуть бути надзвичайно цінними для малих підприємств-початківців, оскільки вони пропонують широкий спектр підтримки для зростання і процвітання цього бізнесу.

Індустрія бізнес-послуг — це широкий сектор, що постійно зростає, який охоплює все: від бухгалтерського обліку та юридичної допомоги до маркетингу та веб-дизайну. Потенціал зростання у цій галузі практично безмежний, оскільки підприємства всіх розмірів продовжують шукати нові та інноваційні способи оптимізації своєї діяльності. Крім того, зростаюча популярність аутсорсингу означає, що завжди є можливості для кваліфікованих спеціалістів у сфері бізнес-послуг.

Переваги роботи у сфері бізнес-послуг численні. Професіонали в цій галузі можуть розраховувати на високий рівень гарантії зайнятості, оскільки підприємствам завжди буде потрібна допомога в управлінні своєю діяльністю. Крім того, ті, хто має спеціальні навички та знання, часто можуть знайти вигідні можливості роботи в галузі. І, нарешті, оскільки сектор бізнес-послуг настільки різноманітний, професіонали можуть адаптувати свою кар'єру відповідно до своїх інтересів та сильних сторін.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

2.1. Етапи розвитку ринку бізнес-послуг в Україні

Розвиток бізнес-послуг в Україні є захоплюючим етапом, який відзначається значними змінами та постійним прагненням до вдосконалення. Починаючи з періоду переходу до ринкової економіки, український бізнес-сектор більш як дві декади переживав етапи зростання, трансформації та цифрової перебудови. Зараз, на сучасному етапі, Україна виступає як ключовий гравець у світовому ринку бізнес-послуг.

У цьому розділі ми розглянемо кожен етап розвитку бізнес-послуг в Україні, звертаючись до ключових тенденцій, досягнень та викликів, що визначають та формують цю динамічну галузь. Зануримось у минуле, розглянемо сучасний стан та прогнозуємо перспективи, враховуючи важливі аспекти глобальної конкурентоспроможності та стратегічного росту.

Початковий Етап (1990-2000 рр.): від переходу до ринкової економіки до перших підприємств бізнес-послуг. У період ранніх 90-х років, після отримання незалежності, Україна переживала перехід до ринкової економіки. На цьому етапі з'явилися перші підприємства, спрямовані на надання різноманітних бізнес-послуг. Однак економічні труднощі та відсутність досвіду призвели до обмеженого розвитку.

Етап Зростання (2000-2010 рр.): зміцнення та диверсифікація галузі. Протягом цього періоду українські бізнес-послуги почали активно розширюватися. Зростання попиту на інформаційні та ІТ-послуги було основною тенденцією. Розвиток високотехнологічних компаній та аутсорсингових центрів зробив свій внесок у виробництво.

Етап Трансформації (2010-2020 рр.): цифрова та інноваційна перебудова. З появою цифрових технологій та тенденції до цифрової трансформації, бізнес-послуги в Україні переживали трансформацію.

Збільшення кількості стартапів, аутсорсингових проектів та розвиток електронної комерції визначили цей період.

Сучасний Етап (з 2020 р.): глобальна конкурентоспроможність та розширення ринків. На сучасному етапі бізнес-послуги в Україні демонструють високу глобальну конкурентоспроможність. Зростання ІТ-індустрії, фінтех-проектів та високоспеціалізованих консалтингових послуг свідчать про швидкий розвиток сектору.

Перспективи майбутнього:

Майбутнє українських бізнес-послуг пов'язане з інтенсивним впровадженням новітніх технологій, розширенням глобальної співпраці та підвищенням якості обслуговування. Залучення інвестицій у сферу розробки та вдосконалення кваліфікації персоналу буде ключовим фактором для динамічного росту. Україна вже стала важливим гравцем на світовій карті бізнес-послуг, і її розвиток протягом наступних років обіцяє залишатися перспективним та стимулюючим для індустрії.

Розглянувши етапи розвитку бізнес-послуг в Україні, можна визначити, що ця сфера визріла з періоду невизначеності та труднощів до фундаментального стовпа української економіки. Починаючи з переходу до ринкової системи в 90-х роках, через зростання та трансформацію, аж до цифрової епохи, бізнес-послуги в Україні проявили вражаючий потенціал та адаптивність.

На сучасному етапі українські бізнес-послуги глибоко інтегровані в глобальний ринок, демонструючи високу якість та конкурентоспроможність. Стратегічна фокусування на цифровій трансформації, інноваціях та якісному обслуговуванні клієнтів створює надійну основу для подальшого розвитку. Майбутнє українських бізнес-послуг обіцяє ще більше можливостей та викликів. Залучення інвестицій, постійна модернізація та розвиток талановитого персоналу стануть ключовими факторами для утримання індустрії на піку глобальних стандартів та очікувань.

Представимо фактори привабливості України для аутсорсингу бізнес-послуг, аналізуючи звіти світових аудиторських компаній KPMG (2017) та Deloitte (2018). (додаток А)

Таким чином, бізнес-послуги сьогодні вважаються одним з найбільших секторів в європейській економіці, більшим, ніж транспорт, зв'язок, готелі та ресторани разом. Зростання бізнес-послуг є якісно новим етапом у соціальній структурі виробництва. Прямий внесок галузі бізнес-послуг у економічне зростання виникає через зайнятість та зростання доданої вартості.

Слід також виділити послуги, які значно впливають на стан бізнес-середовища та потенційно можуть змінювати напрямок інноваційного розвитку. Це так звані «трансформуючі послуги:

- послуги, пов'язані зі створенням мереж, встановленням ділових контактів, які забезпечують взаємодію між споживачами, компаніями та учасниками виробничо-збутового ланцюжка, а також удосконалюють розподіл товарів та обмін інформацією.

- комунальні та інфраструктурні послуги (послуги телекомунікаційних, енергетичних компаній, компаній зі збирання сміття тощо).

- бізнес-послуги, що базуються на великому обсязі професійних знань, виробництво яких здійснюється за допомогою тісної взаємодії із замовниками, з метою вдосконалення застосовуваних ними технологій, організаційних процесів та моделей, а також обмін знаннями та досвідом між різними секторами.

Загалом послуги інформаційного характеру (фінансові послуги, ділові послуги) демонструють більш високий рівень інновацій, ніж послуги, засновані на використанні матеріальних об'єктів (транспорт, оптова та роздрібна торгівля). Переважання у сфері послуг інновацій, не пов'язаних з технологіями, пояснюватиметься тим, що для сектору послуг вони мають швидше інструментальний характер. Питома вага сектора послуг у загальних витратах бізнесу на інноваційну діяльність майже по всіх країнах ЄС 30 %, але витрати сервісних фірм на інновації зазвичай менші, ніж промислових, навіть

із поправкою на розмір компаній (сервісні підприємства в середньому менше, ніж промислові).

Поряд із наявними певними відмінностями сфер застосування ділових послуг, методів та форм їх реалізації пріоритетами розвитку можна вважати посилення інноваційної складової на ринку ділових послуг, безперервний моніторинг та аналіз ринку ділових послуг, набуття безпосередньо продуктивного характеру діловими послугами.

Україна, як країна з динамічною економікою, стикається з рядом актуальних викликів у сфері бізнес-послуг. Один з найзначущих аспектів – це конкуренція на ринку, яка ставить перед компаніями низку завдань та вимагає пошуку ефективних стратегій для забезпечення стабільності та росту.

Перш за все, глобалізація економіки відкриває нові можливості для підприємств, але разом з тим створює жорстку конкуренцію. Бізнес-послуги в Україні повинні бути готові до конкуренції на міжнародному рівні, а це вимагає вдосконалення якості послуг, адаптації до міжнародних стандартів та ефективного маркетингу. Нижче наведено приклади, вони відображають лише деякі аспекти конкуренції на міжнародному рівні для бізнес-послуг в Україні, підкреслюючи важливість глобального підходу та конкурентоспроможності:

1) Інтернет-маркетингові агенції - компанії, що надають послуги з інтернет-маркетингу, конкурують на міжнародному рівні, борючись за клієнтів та контракти в різних країнах. Спроможність ефективно впроваджувати стратегії глобального маркетингу та адаптація до культурних різниць є ключовими факторами успіху.

2) ІТ-консалтинг - українські ІТ-компанії конкурують у сфері консалтингових послуг із світовими лідерами. Здатність надавати високотехнологічні рішення, швидкість впровадження та інноваційний підхід стають важливими факторами в боротьбі за клієнтів.

3) Фінансові послуги - українські фінансові компанії, які надають послуги в сфері банкінгу, фінансового консалтингу та електронних платіжних

систем, змагаються з міжнародними конкурентами за довіру клієнтів та розвиток нових ринків.(додаток А.2)

4) Outsourcing і бізнес-процеси - компанії, які надають послуги з аутсорсингу та оптимізації бізнес-процесів, конкурують на міжнародному ринку за можливість використовувати ефективні та вартісно-конкурентні рішення.

5) Медичні та освітні послуги - клініки, медичні центри, та освітні установи привертають увагу міжнародного споживача. Конкуренція ґрунтується на якості медичних послуг, інноваціях у навчальних програмах та міжнародному рейтингу.

Ще одним викликом є внутрішня конкуренція між компаніями в Україні. Швидкі темпи розвитку інновацій, викликані технологічними змінами, можуть створити переваги для тих, хто готовий швидко адаптуватися. Здатність інвестувати у нові технології, покращення обслуговування клієнтів та розвиток креативних рішень – ключові компоненти успіху. Нижче наведено декілька прикладів, які демонструють, як внутрішня конкуренція в Україні підштовхує компанії до постійного вдосконалення та надання кращих умов для споживачів у різних галузях:

1) Продовольчі роздрібні мережі - у сфері роздрібної торгівлі продуктами харчування в Україні спостерігається велика внутрішня конкуренція. Низка національних та регіональних мереж активно змагаються за увагу покупців, пропонуючи різноманіття товарів, системи знижок та програми лояльності. Конкуренція спонукає компанії до постійного покращення обслуговування, цінової політики та стратегій маркетингу для збереження та залучення клієнтів.

2) Мобільні оператори - у сфері зв'язку в Україні, різні мобільні оператори змагаються за покращення якості послуг, пропозиції тарифів та технологічні новації. Вони активно впроваджують нові технології, такі як 5G, та конкурують за покращення інфраструктури та обслуговування клієнтів.

3) Фінансові установи - банки та фінансові компанії в Україні ведуть боротьбу за клієнтів, пропонуючи різноманітні фінансові продукти, кредитні умови та сервіси. Конкуренція спонукає їх до інновацій в цифрових технологіях, а також до вдосконалення систем безпеки та комфорту для клієнтів. Для подолання цих викликів, компанії повинні активно впроваджувати стратегії управління якістю, пошуку нових ринків та розширення асортименту послуг. Також важливо взаємодіяти з громадськістю, залучати і утримувати талановитий персонал, щоб забезпечити сталість та інноваційність бізнесу.

Загалом, конкуренція на ринку бізнес-послуг в Україні надає стимул для розвитку і покращення, але вимагає від підприємств гнучкості, стратегічного бачення та вміння швидко адаптуватися до змін в економічному та технологічному середовищі.

2.2. Аналіз сучасного стану розвитку ринку бізнес-послуг в Україні

Для України характерна яскраво виражена тенденція зростання частки сервісного сектора – послуги у 2017 р. склали 50,3% у ВВП або 63,1% зайнятих. У той же час, порівняно з розвинутими країнами, частка послуг в економіці України є все ще недостатньою. Україна є активним учасником світового ринку послуг, однак внутрішньо-економічні проблеми та негативний вплив зовнішніх факторів зумовили нестабільність розвитку зовнішньої торгівлі України за період 2018-2022 років.

До 2020 року спостерігалось стабільне зростання всіх основних показників міжнародної торгівлі послугами України – за даний період експорт зріс на 34%, імпорт – на 10%, а позитивне сальдо зросло на 62%. В 2020 році внаслідок пандемії COVID-19 та введених карантинних обмежень, зовнішня торгівля послугами показала істотний спад: експорт скоротився більше ніж на чверть (на 26%), зменшення імпорту було на рівні 16%. Сальдо міжнародної торгівлі послугами зберігало позитивне значення, однак скоротилось більше ніж на 34%.

В 2021 році відбулось часткове відновлення зовнішньої торгівлі послугами України: експорт послуг зріс майже на 14% порівняно з 2020 роком, імпорт показав збільшення на 29% порівняно з попереднім роком. Сальдо зовнішньої торгівлі послугами зберігало позитивне значення та скоротилось менше ніж на 2% порівняно з 2020 роком. Внаслідок початку повномасштабних військових дій на території України, в 2022 році відбувся істотний спад зовнішньої торгівлі послугами України: експорт скоротився більше ніж на 30% порівняно з попереднім роком, імпорт впав більше ніж вдвічі.

Показники експорту та імпорту послуг в 2022 році досягнули мінімуму за досліджуваний період, однак, сальдо торгівлі послугами все ще було позитивним та збільшилось на 10% порівняно із значенням попереднього року (додаток А.2)

В структурі експорту послуг України у 2022 році переважали ІКТ послуги та становили 40,5 % (додаток Б).

Варто зазначити, що до 2022 року основною статтею українського експорту послуг були транспортні послуги, проте у зв'язку зниженням кількості перевезень за кордон, зупинення портів та повітряних перевезень, їх експорт зменшився на 40%. Представимо імпорт послуг Україною у 2022 році.(додаток Б.2)

Дані додатку Б.2 свідчать, що в структурі імпорту послуг України переважають транспортні послуги 34,5 %, ділові послуги - 17,8 %. В табл.2.1. представимо динаміку структури зовнішньої торгівлі послугами України.

Таблиця 2.1

Динаміка структури зовнішньої торгівлі послугами України в 2020–2022 роки

Показники		2020		2021		2022	
		експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт
Послуги переробки	млн дол.	1352,83	3,02	1528,01	10,18	921,94	4,23

	Зміна у %	82,5	99,1	113,0	337,1	59,9	42,3
	% від суми	11,7	0,1	11,6	0,1	10,1	0,1
Послуги ремонту та технічного обслуговування	млн дол.	236,62	61,46	298,83	75,01	129,88	47,04
	Зміна у %	87,6	72,2	126,3	122,1	42,9	61,4
	% від суми	2,0	1,0	2,3	1,0	1,4	1,6
Транспортні послуги	млн дол.	4988,43	1061,04	5314,66	1733,67	2963,2	1040,3
	Зміна у %	54,8	68,1	106,5	163,4	63,6	58,5
	% від суми	43,2	18,1	40,4	22,8	32,3	34,5
Послуги, пов'язані з подорожами	млн дол.	263,45	702,92	337,43	1578,01	146,25	188,33
	Зміна у %	78,7	54,1	128,1	224,5	42,6	11,8
	% від суми	2,3	12,0	2,6	20,8	1,6	6,3
Послуги з будівництва	млн дол.	75,39	39,61	53,61	52,63	26,25	17,87
	Зміна у %	60,0	101,2	71,1	132,9	44,7	26,5
	% від суми	0,7	0,7	0,4	0,7	0,3	0,6
Послуги зі страхування	млн дол.	58,24	126,89	121249,0	129,73	22,73	68,92
	Зміна у %	77,1	144,3	208,2	102,2	18,3	50,5
	% від суми	0,5	2,2	0,9	1,7	0,3	2,3
Фінансові послуги	млн дол.	129,6	635,48	91,88	509,83	162,41	366,66
	Зміна у %	78,3	109,5	88,7	108,1	176,7	71,7
	% від суми	1,1	10,8	0,7	6,7	1,8	12,2
Роялті та послуги, пов'язані з інтелект. власністю	млн дол.	94,93	540,16	6,5	607,38	31,68	292,95
	Зміна у %	171,2	96,5	63,7	112,4	51,3	46,8
	% від суми	0,8	9,2	0,5	8,0	0,4	9,7
ІКТ послуги	млн дол.	3051,45	562,02	3856,57	661,87	3712,95	414,22
	Зміна у %	118,5	105,8	126,4	117,8	92,1	58,1
	% від суми	26,4	9,6	29,3	8,7	40,5	13,7
Ділові послуги	млн дол.	1256,66	993,58	1437,29	1115,88	1026,02	537,3
	Зміна у %	98,3	73,1	114,4	112,3	68,2	47,0
	% від суми	10,9	16,9	10,9	14,7	11,2	17,8
Приватні, культурні та рекреаційні послуги	млн дол.	32,14	12,54	47,11	21,11	21,49	17,26
	Зміна у %	148,7	115,7	146,6	168,4	43,6	79,1
	% від суми	0,3	0,2	0,4	0,3	0,2	0,6
Державні та урядові послуги	млн дол.	7,44	1137,82	9,31	1098,06	1,24	20
	Зміна у %	96,5	124,8	125,1	96,5	13,3	1,8
	% від суми	0,1	19,4	0,1	14,5	0,01	0,7

Дані табл.2.1 свідчать, що аналіз структури експорту послуг дозволив виявити, які українські послуги мають найбільший попит на відповідному

світовому ринку. Структура імпорту демонструє відносну картину щодо того, які трудові ресурси країни не дають змоги надати потрібні послуги в достатній кількості для задоволення власних потреб сьогодні та на найближчу перспективу, а також певною мірою демонструє рівень конкурентоспроможності на світовому ринку послуг.

Починаючи з 2014 р. економіка України знаходиться у складній ситуації, що безумовно відбивається і на ринку бізнес-послуг. З 2016 р. превалювали невеликі компанії, але у 2017 р. на ринку посилився вплив великих бізнес-гравців. Останнім часом низка провідних мультинаціональних компаній (PwC в Центральній і Східній Європі, Deloitte J&L Consulting, Veom, SUN InBev Ukraine, Runway, Асіно Фарма Старт, Lufthansa Global Business Services) вирішила організувати в Україні свої регіональні оперативні підрозділи центрів спільного обслуговування. В цілому український ринок бізнес-послуг значною мірою зберіг вектор розвитку, сформований 2-3 роки тому.

Головними ринками збуту українського експорту послуг є Китай з питомою вагою 11,74%, європейські країни – Швейцарія (7,09%), Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії (4,41%), Польща (4,32%), Німеччина (4,19%), а 4,18% українського експорту послуг надається Японії. Решта країн-партнерів мають питому вагу в загальному обсязі українського експорту послуг менше ніж 3%. Варто зазначити, що за результатами 2021 року російська федерація отримувала 16,55% українського експорту послуг і цей показник з 2014 р. зменшився на 9,23 в.п.

Запровадження в Україні воєнного стану продемонструвало, наскільки необхідною для людей є можливість отримувати фінансові послуги віддалено. В теперішній час це є не просто забаганкою, а питанням безпеки для життів споживачів та працівників різних підприємств чи установ. Розглядаючи останні події, що відбуваються в державі, слід відзначити, що відвідування громадських місць та установ стало небезпечним для життя. Звичайно,

переважна частина таких місць обладнана захисними спорудами, укриттями, але це не виключає наявності ризиків.

Саме тому оптимальним вирішенням цього питання слід вважати можливість споживачів отримувати всі необхідні їм послуги дистанційно, щоб звести до мінімуму потребу відвідування різного роду фінансових установ. Споживачі в змозі отримувати фінансові послуги за допомогою різноманітних інструментів: використовуючи мобільні додатки відповідної установи, на сайті певної компанії, застосовуючи соціальні мережі та ін.

Використання таких інноваційних технологій як: краундфандінг у сфері фінансових послуг, P2P кредитування, онлайн-скоринг, онлайн банкінг, фінансовий блокчейн, майнінг цифрових валют, шерінг, формування цифрових цінних паперів, торгівля фінансовими інструментами виступають гарантією ефективною реалізації та успішної роботи системи дистанційного обслуговування споживачів.

Всі ці технології в своїй сукупності дозволяють вивести на абсолютно новий рівень якість обслуговування клієнтів та значно спростити взаємодію фінансових установ із своїми клієнтами.

Отримані напрацювання уможливили виокремлення основних напрямів діджиталізації на ринку фінансових послуг в Україні, серед них:

1. Електронні платежі – процес переходу від традиційних безготівкових операцій до онлайн-платежів, які дозволяють значно знизити час та вартість операцій.

2. Мобільні банкінги – за допомогою мобільного додатку клієнти можуть виконувати фінансові операції безпосередньо з мобільного пристрою, що значно зменшує час та збільшує зручність надання фінансових послуг.

3. Електронні кредити – процес надання кредитів за допомогою електронних сервісів, що дозволяє збільшити доступність кредитів та зменшити вартість послуг.

4. Фінтех рішення – цифрові технології забезпечують появу нових фінтех послуг, які дозволяють покращити якість та ефективність управління фінансовими вкладеннями.

5. Кібербезпека – діджиталізація на ринку фінансових послуг передбачає впровадження сучасних систем захисту від кібератак та крадіжок, що, в свою чергу, забезпечує надійність та безпеку орієнтованого на клієнта фінансового сектору.

Характеристика фінтех ринку України представлена на (додаток С)

Загалом 23% компаній, створених у 2020–2021 роки відносять себе до галузі Technology and Infrastructure (рис. табл.2.2.), що пояснюється пандемією, яка змушує переходити бізнеси в онлайн і створює попит на такі продукти.

Таблиця 2.2

Розподіл фінтех-компаній за сферами їх діяльності на фінансовому ринку України, %

Показники	2020	2021	2022
Технології та інфраструктура	20	22	22
Грошові перекази	20	19	20
Споживчі кредитування	7	14	12
Юридична діяльність	3	9	8
Страховання	3	6	6
Управління капіталом	3	6	6
Консалтинг	0	5	6
Необанкінг	4	5	5
Блокчейн	10	2	2
Мобільні гаманці	1	1	1
Інші	11	4	4

Основою для розвитку цифрових технологій на фінансовому ринку України є наявність сприятливого середовища та доступність інфраструктури. Тому Національним банком активно здійснюється осучаснення законодавства щодо регулювання фінансового ринку.

Сфера ІКТ послуг активно розвивається навіть у воєнних умовах, що є можливим завдяки здатності підприємств ІТ до швидкої релокації та

відновлення. Крім того, попит на українські ІТ послуги серед іноземних клієнтів залишається досить високим. Для забезпечення прискорення розвитку сфери ІКТ послуг та зростання експорту даних послуг необхідно.

Здатність штучного інтелекту перетворювати бізнес та цілі галузі лише починає розумітися тими, хто перебуває за межами сфери високих технологій. Все більше компаній працюють над тим, щоб зрозуміти, як ШІ може вплинути на їхній бізнес, клієнтів і галузь. Це призвело до збільшення попиту на консалтингові послуги, які можуть запровадити нові технології та перенавчити працівників методам роботи.

Крім того, спостерігається, що в галузі аутсорсингу бізнес-процесів є сильне зростання завдяки буму штучного інтелекту та популярності хмарних обчислень. Компанії, що надають бізнес-послуги, повинні зосередитися на цій новій технології і на тій ролі, яку вона може відіграти у власних бізнес-процесах, а також у пропонованих ними послугах і продуктах.

Для власників бізнесу, які розглядають можливість продажу, додавання можливостей штучного інтелекту може миттєво створити цінність та допомогти підвищити ціну покупки. На розвиток ринку бізнес-послуг окрім цифровізації впливає ряд факторів, які можуть стримувати його розвиток чи, навпаки, сприяти йому.

2.3.Оцінка впливу факторів на розвиток бізнес послуг в Україні

Факторами розвитку ринку бізнес-послуг є наступні:

Розвивається бізнес-середовище: Ринок бізнес-послуг процвітає у відповідь на бізнес-середовище, що постійно розвивається, де компанії шукають індивідуальні рішення для задоволення своїх унікальних потреб і завдань.

Цифрова трансформація. Оскільки підприємства переходять на цифрову трансформацію, попит на спеціалізовані послуги в таких галузях, як ІТ-консалтинг, кібербезпека та хмарні рішення різко зріс.

Глобальна експансія: Експансія бізнесу на нові ринки та регіони призвели до зростаючої потреби в міжнародному консалтингу, дослідженнях ринку та послуг із забезпечення відповідності нормативним вимогам.

Аутсорсингові рішення. Компанії все частіше передають на аутсорсинг непрофільні функції, такі як підтримка клієнтів, фінанси та управління персоналом, щоб скоротити витрати та підвищити ефективність.

Аналітика даних та інтеграція штучного інтелекту: інтеграція аналізу даних та штучного інтелекту в процес прийняття рішень підвищила попит на послуги, які надають аналітичну інформацію та рішення у цих галузях.

Стійкий розвиток та ESG-орієнтація. Зростання обізнаності про екологічні, соціальні та управлінські аспекти (ESG) спонукало компанії звертатися за консультаційними послугами та послугами зі складання звітності в цих галузях.

Підтримка віддаленої роботи. Перехід до віддаленої роботи створив попит на послуги, пов'язані з дистанційним керуванням командою, кібербезпекою та інструментами віртуального співробітництва.

Відповідність нормативним вимогам. Нормативно-правове середовище, що постійно змінюється, вимагає від підприємств звернення за послугами щодо забезпечення дотримання нормативних вимог, щоб забезпечити дотримання юридичних та галузевих стандартів.

Фінансове консультування: підприємствам потрібні фінансові консультаційні послуги для злиття та поглинання, залучення капіталу та стратегічного фінансового планування.

Стратегічне планування та управління: Потреба експертного керівництва в галузі стратегічного планування, управління продуктивністю та управління змінами залишається важливою для успіху в бізнесі.

Поліпшення якості обслуговування клієнтів. Компанії шукають послуги, які допоможуть покращити якість обслуговування клієнтів за допомогою персоналізованого маркетингу, складання карт шляху клієнта та аналізу зворотного зв'язку.

Аналітика ринку: доступ до досліджень ринку, аналізу конкурентів та думки споживачів має вирішальне значення для прийняття обґрунтованих рішень та конкурентного позиціонування.

Управління постачальниками. Складність управління кількома постачальниками в ланцюжку постачання вимагає послуг з управління постачальниками для забезпечення ефективності та рентабельності.

Підтримка екосистеми стартапів. Підтримка стартапів та малого бізнесу, включаючи наставництво, програми інкубаторів та посібник з фінансування, сприяє зростанню ринку.

Адаптація до Індустрії 4.0. Послуги, пов'язані з впровадженням технологій Індустрії 4.0, таких як Інтернет речей та автоматизація, допомагають підприємствам залишатися конкурентоспроможними.

Кризове управління: Потреба в послугах з управління кризою, включаючи оцінку ризиків, комунікаційну стратегію та планування відновлення, стала більш очевидною у сучасному непередбачуваному світі.

Послуги з охорони праці та техніки безпеки: приділяючи підвищену увагу благополуччю співробітників, підприємства інвестують у послуги з охорони праці та техніки безпеки, щоб підтримувати безпечне та продуктивне робоче середовище. Звітність про сталий розвиток. Посилення правил і споживчий попит на звіти про стійкий розвиток викликають потребу в послугах, які допомагають підприємствам кількісно оцінювати та повідомляти про свій вплив на навколишнє середовище.

Ініціативи щодо різноманітності та інклюзивності: послуги з консультацій та навчання для ініціатив з різноманітності та інклюзивності мають попит, оскільки підприємства прагнуть створити інклюзивні робочі місця.

Електронна комерція та цифровий маркетинг. Зростання електронної комерції та цифрового маркетингу призвело до різкого зростання попиту на послуги, що оптимізують присутність та продаж в Інтернеті.

До факторів, що впливають на конкурентоспроможність бізнес-послуг, належать: (додаток Д)

Динамічний розвиток бізнес-послуг в Україні невіддільно пов'язаний із загальним економічним та політичним контекстом країни. Сполучення цих факторів створює непередбачуване, але стимулююче середовище для галузі, визначаючи шляхи її розвитку та вибудовує ключові виклики, що потребують стратегічного підходу.

Економічні перетворення та політичні зміни в Україні, починаючи з моменту незалежності, детермінують шлях сектору бізнес-послуг, часто визначаючи успіх чи виклики, з якими стикаються підприємства. В цьому відділі ми глибше розглянемо, як економічний та політичний ландшафт формує реалії бізнесу в Україні та визначає його перспективи.

В економічному контексту є декілька головних пунктів, це:

Глобальні економічні тенденції: світові економічні зміни впливають на попит на бізнес-послуги в Україні. Зростання глобального ринку аутсорсингу та інші міжнародні тенденції можуть стимулювати експорт бізнес-послуг.

Внутрішні економічні реформи: реформи в сфері оподаткування, фінансові стимули та підтримка підприємництва можуть впливати на конкурентоспроможність та здатність компаній надавати якісні послуги.

Бюджетні обмеження: зміни у державному бюджеті можуть впливати на обсяги фінансування та підтримки для стартапів, що може впливати на їхній розвиток.

Стабільність та політичний клімат: стабільність політичного середовища створює сприятливі умови для розвитку бізнес-послуг, ведучи до збільшення інвестицій та впевненості в майбутньому.

Регуляторна політика: зміни у регулюючій політиці можуть впливати на вартість бізнесу, його ефективність та здатність адаптуватися до нових тенденцій.

Міжнародні відносини: зовнішньополітичні зміни можуть впливати на міжнародне сприйняття та взаємодію бізнес-послуг в Україні з партнерами з інших країн.

Отже, економічні та політичні фактори грають ключову роль у розвитку бізнес-послуг, визначаючи їхні виклики та можливості. На економічному рівні, зміни в економічній кон'юктурі, інфляції та валютному курсі впливають на вартість послуг, змінюючи попит і пропозицію на ринку.

Політичні фактори, такі як податкова політика, законодавство щодо підприємництва та торгівлі, також впливають на бізнес-послуги. Зміни у регулюючих нормах можуть створювати нові можливості або, навпаки, ставити підприємства перед викликами адаптації до нових вимог.

Один із важливих викликів полягає в тому, як бізнес-послуги адаптуються до економічної нестабільності. Нестабільність може призвести до зменшення споживчої активності, що впливає на замовлення послуг. Підприємства повинні розвивати стратегії ризик-менеджменту та ефективно управляти фінансами для подолання таких труднощів.

З іншого боку, можливості виникають внаслідок політичних реформ та стимулюючих заходів влади. Підприємства можуть здобути конкурентну перевагу, використовуючи підтримку держави та вчасно реагуючи на зміни в законодавстві. Технологічний розвиток і зміни у споживчих уподобаннях також впливають на бізнес-послуги. Підприємства повинні бути готові впроваджувати інноваційні технології, щоб забезпечити конкурентоспроможність та залучити нових клієнтів.

Загалом, успішне функціонування бізнес-послуг вимагає уважного аналізу та врахування економічних та політичних контекстів, а також гнучкості та готовності до змін у відповідь на постійно змінюючі умови ринку. Уміле реагування на зміни у регуляції та прийняття ефективних стратегій може допомогти компаніям адаптуватися до непередбачуваних умов та забезпечити сталість розвитку.

Вплив економічних та політичних факторів на розвиток бізнес-послуг в Україні визначає його траєкторію та динаміку. Збереження балансу між глобальними тенденціями та внутрішніми реформами стане ключем до успіху для компаній у цьому конкурентному середовищі.

2.4. Проблеми розвитку бізнес послуг в Україні та шляхи їх вирішення

В Україні сучасні бізнес-послуги стикаються зі значущими викликами, обумовленими раптовими та істотними змінами в споживчих звичках населення. Ці трансформації вимагають від підприємств не лише реакції на нові умови, а й активної стратегії для збереження та розширення своєї клієнтської бази. Розглянемо кожен тренд детальніше.

1) **Онлайн-споживання.** Зростання інтернет-підключень та доступності смартфонів змінили уявлення про зручність покупок. Цифрові платформи та електронна комерція стають все більш популярними. Бізнес-послуги повинні адаптуватися до цього тренду, надаючи зручні онлайн-сервіси та максимізуючи використання соціальних мереж для маркетингу та взаємодії з клієнтами. Наприклад:

- **Банківські послуги:** впровадження мобільних додатків та інтернет-банкінгу для зручних онлайн-операцій та переказів.
- **Роздрібна торгівля:** створення онлайн-платформ та електронних магазинів для замовлення товарів та послуг.

2) **Збільшення вимог до якості.** Сучасні споживачі в Україні дедалі більше приділяють увагу якості послуг та продуктів. Компанії повинні акцентувати увагу на розробці високоякісних рішень, впровадженні інновацій та наданні індивідуальних підходів до кожного клієнта. Наприклад:

- **Ресторанний бізнес:** акцент на використанні якісних та свіжих інгредієнтів для готування страв;
- **Медичні послуги:** запровадження новітніх методів лікування та використання сучасних медичних технологій

3) Зростання попиту на екологічно чисті послуги. Споживачі в Україні все більше цінують екологічну відповідальність. Бізнес-послуги повинні розвивати та впроваджувати практики, спрямовані на зменшення впливу на довкілля, а також активно використовувати цей аспект у маркетингових стратегіях. Наприклад:

- Готельний бізнес: використання екологічно чистих матеріалів та технологій для зменшення впливу на довкілля;
- Транспортні послуги: запровадження транспорту, який працює на екологічно чистих джерелах енергії.

4) Зміни в споживчому підході до технологій. Споживачі українських бізнес-послуг стають більш технологічно освіченими та вимогливими. Зростання попиту на мобільні додатки, штучний інтелект та інші інновації ставлять підприємства перед викликом швидко адаптуватися до новітніх технологій. Наприклад:

- IT-консалтинг: використання штучного інтелекту для аналізу даних та розробки інноваційних рішень.
- Телекомунікаційні компанії: Запровадження 5G технологій та розвиток інтернету речей (IoT).

5) Потреба в персоналізації послуг. Споживачі українських бізнес-послуг вимагають індивідуалізованих підходів та персоналізації в обслуговуванні. Компанії повинні розвивати системи аналізу даних та використовувати їх для надання персоналізованих пропозицій та послуг. Наприклад:

- Туристична галузь: надання індивідуальних турів та подорожей з урахуванням індивідуальних побажань клієнтів.
- Фітнес-індустрія: розробка персональних тренувальних та харчових програм для клієнтів.

Всі ці тенденції свідчать про те, що українські бізнес-послуги мають пристосовуватися до нових умов, активно впроваджувати інноваційні підходи та концентруватися на потребах та очікуваннях сучасних споживачів. Тільки

так вони зможуть зберегти та розширити свою аудиторію в умовах постійної зміни споживацького підходу.

Для розвитку сфери послуг необхідне залучення інвестицій. Державні інвестиції в даний сектор досить незначні, тому залучення іноземного капіталу, передових технологій, знань, науково-технічних досягнень сприяло б розвитку сфери послуг, збільшенню конкурентоспроможності, підвищенню якості обслуговування. Насамперед, для розвитку ринку послуг необхідно розробити та втілити в життя стратегічні плани щодо створення відповідної інфраструктури, підготовки висококваліфікованих кадрів, реалізації норм, стандартів обслуговування в країні та дотримання міжнародних стандартів сервісу, формування рівня якості. Однак, всі ці стратегії не можуть бути втілені життя без вирішення загальних макроекономічних проблем.

Розвиток однієї сфери неможливий без налагодження стабільної ринкової ситуації в країні, підвищення рівня життя – головного фактору формування попиту на послуги особливо страхування. До того ж існує суттєва проблема тіньового бізнесу. Передусім підприємництво сфери послуг знаходиться в малому бізнесі, який за своїм характером є нестабільним та ризикованим, особливо в Україні. На основі встановлених факторів конкурентоспроможності сфери послуг, можна запропонувати наступні напрямки її підвищення. (додаток В.1)

Враховуючи значні частки транспортних та ІКТ послуг, посилення конкурентоспроможності України на ринках вимагатиме підтримки подальшого зростання обсягів експорту даних послуг.

Сфера ІКТ послуг активно розвивається навіть у воєнних умовах, що є можливим завдяки здатності підприємств ІТ до швидкої релокації та відновлення. Крім того, попит на українські ІТ послуги серед іноземних клієнтів залишається досить високим.

Для забезпечення прискорення розвитку сфери ІКТ послуг та зростання експорту даних послуг необхідний слідує алгоритм дій (додаток В.2).

Високий рівень експорту фінансових послуг притаманний найрозвинутішим країнам світу, однак в структурі українського експорту на даний вид послуг припадає менше 2%.

Зростання експорту фінансових послуг вимагає реалізації наступних заходів:

- розробити комплексну стратегію з розвитку усіх фінансових посередників, як банківських, так і небанківських;
- сформувати сприятливе інформаційне середовище для забезпечення довіри до українських фінансових посередників;
- розробити підходи у державній політиці, спрямовані на стабілізацію макроекономічної ситуації у країні;
- сприяти забезпеченню потреб суб'єктів господарювання фінансовими інструментами в адекватній кількості та якості;
- створити сучасну фінансову інфраструктуру, яка відповідає нормам захищеності транзакцій і персональних даних, надійності, оперативності, доступності до фінансових ресурсів як технологічно, так і за вартістю

З метою відновлення транспортної галузі та підвищення конкурентоспроможності сфери транспортних послуг в повоєнний період доцільно реалізувати наступні заходи (додаток В.3).

Найбільшою проблемою функціонування сфери транспортних послуг є триваючі військові дії на території України, а також руйнування транспортної інфраструктури. Фактично повна зупинка повітряних перевезень внаслідок закриття повітряного простору над Україною, мінімізація морських перевезень через блокування основних портів, руйнування доріг та колій, відмова від послуг українських перевізників призвели до значного скорочення експорту транспортних послуг. Зазначені проблеми неможливо вирішити до завершення військових дій.

Очевидно, що війна внесла свої корективи у всі сторони розвитку ринку бізнес послуг, проте українська ділова спільнота й далі активно працює,

розвиває вже наявні сервіси та стартапи із розумінням того, що їх діяльність – це прогресивний внесок у повоєнне майбутнє країни.

Висновки до розділу 2

Сектор бізнес послуг в Україні є одним із найбільш важливих та швидкозростаючих секторів національної економіки. Він охоплює широкий спектр діяльності, включаючи професійні послуги, інформаційні технології (ІТ), аутсорсинг та інші послуги.

Цей сектор має вирішальне значення для економічного зростання, оскільки допомагає підприємствам стати більш ефективними та продуктивними. Підприємства можуть зосередитись на своїх основних компетенціях, залишивши виконання другорядних функцій або функцій бек-офісу спеціалістам у секторі бізнес-послуг.

В останні роки сектор бізнес-послуг в Україні швидко зростає, оскільки компанії все частіше передають на аутсорсинг непрофільні функції, такі як ІТ, людські ресурси (HR), бухгалтерський облік та маркетинг. Крім того, технологічні досягнення дозволили підприємствам передавати на аутсорсинг складніші завдання, такі як управління та аналіз даних.

Дослідження сучасних вітчизняних тенденцій удосконалення ринку бізнес послуг показує, що незважаючи на наявні між країнами відмінності у таких факторах як: рівень науки, технологій та телекомунікацій, різних фінансових та податкових систем; співвідношення протекціонізму та свободи у регулюванні, склалися загальні напрями формування та становлення ринків бізнес послуг, здійснюється їх експорт та імпорт. В даний час можна виділити основні тенденції розвитку вітчизняного ринку бізнес послуг, що відображають аспекти функціонування провідних його суб'єктів, модифікацію середовища, ринкових та державних методів регулювання, поглиблення

процесів глобалізації та формування нового глобального ринку як єдиного ринкового простору.

На сьогодні, навіть попри важке становище України цифрові технології на ринку й далі залишається привабливою сферою для інвестицій. Україна успішно рухається до повсюдного впровадження фінтех-технологій на ринку, що підтверджується різноманітністю стартапів, ідей, збільшенням кількості фінтах-компаній, які й далі працюють і з'являються на ринку, незважаючи ні на що. Також Україна розвиває ІТ-послуги, європейські країни активно імпортують ІТ послуги з України. Проте Україна стикнулася з проблемами розвитку ринку, особливо в період війни. В процесі дослідження запропоновано напрями розвитку ринку бізнес послуг.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИКИ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕС-ПОСЛУГ

3.1 Просування бізнес-послуг у соціальних мережах

Соціальні мережи стали невід'ємною частиною кожного успішного. бізнесу. У сучасному світі важко уявити компанію, яка не використовує можливості просування своїх послуг в такий спосіб.

Популярні соціальні мережи, як інстаграм, фейсбук, тік-ток і т.д. надають великі можливості для спілкування з цільовою аудиторією. Це добра нагода отримати безкоштовний трафік, зворотній зв'язок та швидко реагувати на потреби ринку.

Успішне просування бізнес-послуг вимагає вміння добре аналізувати нову інформацію, бути гнучким, розуміти тренди та зміни в алгоритмах кожної з соціальних мереж.

Ця тема є актуальною як ніколи, оскільки конкуренція з кожним днем зростає, бізнес шукає нові способи залучення нових клієнтів. Соціальні мережі відкривають нові можливості для сучасного маркетингу.

Для того, щоб розпочати реалізовувати практики просування бізнесу в соціальних мережах, треба визначити головні цілі просування. Цілі просування можуть залежати від типу підприємства та його цільової аудиторії.

Тож, маркетингова стратегія повинна бути спрямована, в першу чергу, на споживача. Для ефективної стратегії просування, треба провести якісний аналіз цільової аудиторії.

В наші часи вже не достатньо просто проаналізувати вік, гендер та сферу діяльності цільової аудиторії, це потребує більш глибокого аналізу.

Задайте собі питання:

- хто ці люди?
- що вони люблять?
- що ненавидять?
- які в них хобі?
- чим вони живуть?
- за якими блогерами слідкують? і т.д.

Відповівши на ці запитання, ви зачете розуміти свого клієнта значно більше.

У того самого продукту можуть бути, на перший погляд, тотально різні цільові аудиторії, але підхід можна знайти до кожної.

Перед просуванням продукту треба виділити основні та суміжні цільові аудиторії.

Наприклад, це можуть бути жінки і 50+ років, і дівчини 20-30 років. Для першої категорії може бути важливим комфорт та практичність, а для другої естетика та трендовість.

Для доброго просування необхідно зробити кожну рекламу і вид послуг та обслуговування під кожну цільову аудиторію.

Треба вкласти правильні сенси, визначити тригери, підібрати кольори та естетику, яка буде приваблювати ту чи іншу ЦА. Після того, як аналіз ЦА було зроблено, можна зачинати розробляти стратегію просування продукту чи послуги, який надає підприємство.

Онлайн-присутність

Онлайн-присутність – це найважливіше для сучасного бізнесу.

Веб-сайт, правильне налаштування SEO, ключових слів, та створення зручного інтерфейсу.

Використання соціальних мереж, таких як: інстаграм, тік-ток, телеграм, фейсбук.

С кожним роком соціальні мережи все більше і більше оптимізуються для приватних бізнесів. Роблять таргетовану рекламу, створюють чат-боти для більш зручного спілкування з клієнтами, та навіть допомагають з розташуванням товарів.

Актуальний та якісний контент.

Найкращий спосіб для заохочення людей підписатися на соціальні мережи бізнесу є розважальний, інформаційний та особистий контент. Це дуже важливо для налагоджування конекту з покупцем.

«Люди купують у людей», тому клієнт повинен бачити цінності, особистість та залученість.

Актуальний контент не тільки допомагає вистроювати відносини, а й ще він може стати віральним та принести більше нових підписників, які з часом можуть стати клієнтами.

Реклама у блогерів

Знаючи свою ЦА, вже можна шукати блогерів, які будуть просувати бренд.

Види реклами у блогерів:

- нативна
- пряма реклама, це може бути пост в соц.мережах, сторіс, відео-реклама
- відео-огляди та розпаковки
- рекомендаційні пости
- співпраця та колаборація з блогером, спільні проєкти
- блогер, як амбасадор вашого бренду

Використання реклами у блогерів є одним з найефективніших способів просування на цей час. Це пояснюється тим, що люди вже змудилися від інформаційного шуму біл-бордів та вони все більше прагнуть реальних рекомендацій від реальних людей, яким вони симпатизують.

3.2 Порівняльний аналіз ефективності просування у різних соціальних мережах.

На прикладі соціальних мереж таких як: інстаграм, фейсбук і тік-ток проведемо порівняльний аналіз ефективності просування бізнес-послуг.

Instagram: аудиторія переважно 17-35 років, підходить для брендів, у яких естетика грає ключову роль.

Просування йде через органічний контент, такий як фото, відео, сторіз, Reels. Instagram Ads, якій інтегрований у Facebook.

Залучення високе, вартість за клік є помірною, вартість за тисячу переглядів наразі висока через велику популярність платформи.

Facebook: основна аудиторія переважно 25-45 років

Просування через органічний контент та Facebook Ads.

Вартість за клік помірна, вартість за тисячу переглядів висока через велику конкуренцію.

Tik-Tok: молода аудиторія 13-30 років.

Просування через органічний контент та Tik-Tok Ads.

Кожна з соціальних мереж індивідуальна, вона має переваги і недоліки, тому потребується індивідуальний підхід та якісний аналіз цільової аудиторії. На прикладі трьох різних брендів одягу, можна побачити результати їх просування в різних соціальних мережах.

Одразу помітно як контент і естетика впливає на кількість підписників на сторінці. (додаток К)

3.3 Проблеми просування бізнес-послуг та їх вирішення

1. Висока конкуренція. Все більше і більше компаній входять у соціальні мережі з ціллю просування свого бізнесу, це ускладнює процес залучення нових клієнтів, особливо, для нових акаунтів.

Шляхи подолання:

- чітке позиціонування, створення унікальної торгової пропозиції (УТП), яка допоможе виділитися на фоні конкурентів
- створення креативного та унікального контенту
- визначити цільову аудиторію та створювати контент з розрахунком на неї.
- використання послуг smm-спеціалістів, навчитися делегувати обов'язки, креативні задачі.

2. Залучення та утримання аудиторії. Це може бути досить складним завданням враховуючи висококонкурентне середовище.

Шляхи подолання:

- регулярний постинг нового контенту

- інтеракція з підписниками
- e-mail-маркетинг
- Розробка персоналізованого контенту для різних ЦА

3. Зміна алгоритмів соціальних мереж. Алгоритми відповідають за те, який контент побачить користувач. Так як алгоритми постійно змінюються, це може вплинути на охоплення та залученість.

Шляхи подолання:

- моніторинг змін та нових апдейтів
- адаптація до нових вимог
- використання рекламних інструментів

4. Обмеження бюджету. Малий бюджет може стати проблемою для просування бізнесу у соціальних мережах.

Шляхи подолання:

- органічні методи просування, за допомогою якісного та креативного контенту
- зумовленості о рекламі з блогерами на бартерній основі
- співпраця з мікро блогерами, які часто мають більший вплив та довіру від аудиторії ніж блогери мільйонники.

Розглянуті проблеми є важливими аспектами при планованні рекламних кампаній в соціальних мережах. Для подолання цих викликів, треба проводити постійний аналіз та моніторинг ринку, щоб встигнути адаптуватися під нові умови.

Висновки до розділу 3

Успішне просування бізнес-послуг у соціальних мережах є завданням, яке включає в себе багато процесів: аналіз, адаптація та моніторинг ефективності. Основні висновки, можна об'єднати у наступні пункти:

1. Різноманітність вибору соціальних мереж: кожна з соціальних мереж має свої особливості та може бути корисною для різних типів просування на різні цільові аудиторії. Tik-tok підходить для просування відео-контенту на молоду аудиторію, Facebook і Instagram забезпечують широкі охоплення та легкий зворотній зв'язок з різноманітною аудиторією.

2. Тренди: за допомогою соціальних мереж та сучасних трендів бізнес може пристосувати свій маркетинг під сучасні тренди. Це допоможе комунікувати зі своєю аудиторією, вистроювати відносини з нею, будувати особистий бренд. Вважається, що короткі інформаційні або гумористичні відео є найефективнішим способом просуванням у наші дні.
3. Висока конкуренція: зростання кількості компаній призводить до конкуренції. Для виділення свого бренду серед інших бізнесів, треба бути більш креативним, користуватися різними способами просування, робити персоналізований контент та вистроювати особисті відносини з клієнтами.
4. залучення та утримання аудиторії: для утримання та залучення аудиторії треба створювати персональний контент, який буде відгукуватися у різних цільових аудиторій.
5. обмеження бюджету: це може стати проблемою на початкових етапах бізнесу, але для вирішення цієї проблеми треба використовувати безкоштовні та доступні інструменти, які надаються кожною з соціальних мереж.

Ефективне просування бізнес-послуг вимагає розуміння специфіки кожної з платформ, вміння адаптуватися до змін, креативного мислення, розуміння трендів та швидкої реакції на них.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження розвитку бізнес-послуг в сучасній Україні можна зробити наступні висновки:

Сектор бізнес послуг значно впливають на інші галузі економіки. Наприклад, підприємства цього сектора використовують безліч товарів та послуг виробничого та роздрібного секторів. Вони також наймають працівників із цих секторів. Крім того, підприємства цього сектора генерують податкові надходження, які використовуються для фінансування державних програм та послуг. Деякі ключові продукти, технології, тенденції та інновації в секторі бізнес-послуг включають:

Хмарні обчислення. Компанії все частіше переносять свої операції в хмару, оскільки вона пропонує ряд переваг, таких як економія витрат, масштабованість та гнучкість. Хмарні обчислення дозволяють підприємствам отримувати доступ до інформації або програм з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернету, що робить їх ідеальними для організацій з кількома офісами або віддаленими співробітниками.

Аналітика великих даних. Оскільки підприємства щодня генерують такий великий обсяг даних, аналіз великих даних став необхідним отримання цінної інформації, що може допомогти підвищити продуктивність. Аналітика великих даних передбачає використання складних програмних інструментів для аналізу великих обсягів даних для виявлення закономірностей і тенденцій.

Маркетинг у соціальних мережах. У сучасну цифрову епоху соціальні мережі є одним із найефективніших способів спілкування з клієнтами в Інтернеті. Платформи соціальних мереж дозволяють компаніям безпосередньо зв'язуватися з клієнтами через публікації або рекламу, а також збирати цінний зворотний зв'язок про переваги та потреби клієнтів.

Мобільні додатки. Оскільки по всьому світу налічується понад 2 мільярди активних користувачів мобільних додатків, мобільні програми стали невід'ємною частиною ведення бізнесу в дорозі. Добре продумана мобільна програма може надати клієнтам швидкий доступ до продуктів або послуг вашої компанії, а також допоможе вам підвищити впізнаваність бренду.

В процесі дослідження розвитку ринку бізнес послуг в Україні встановлено наступне:

По-перше, сучасний ринок бізнес-послуг в Україні переживає значущі зміни, викликані глибокими технологічними та економічними трансформаціями. Конкуренція та необхідність адаптації до швидко змінюваних умов стали основними факторами впливу на підприємства.

По-друге, високий рівень конкуренції вимагає від бізнес-послуг впровадження інноваційних стратегій та цифрових рішень. Важливо визначити та впроваджувати нові технології, щоб підтримувати конкурентоспроможність та відповідати зростаючим очікуванням клієнтів.

По-третє, розвиток бізнес-послуг в Україні має важливий внесок у створення робочих місць та підвищення економічного потенціалу країни. Через взаємодію з міжнародними партнерами та впровадження кращих практик, сектор бізнес-послуг може стати драйвером сталого економічного зростання.

Міжнародна торгівля послугами України в останні роки не демонструвала стабільних тенденцій розвитку, що пов'язано з негативним впливом внутрішніх проблем та зовнішніх факторів. Разом з тим, сальдо міжнародної торгівлі зберігає позитивне значення, що свідчить про високий рівень покриття імпорту експортом, а також про роль торгівлі послугами в наповненні державного бюджету.

Найбільші частки в структурі українського експорту займали транспортні та інформаційні послуги, найменші – фінансові послуги, державні послуги, послуги, пов'язані з подорожами та послуги, пов'язані з інтелектуальною власністю. Враховуючи значну роль транспортних та ІКТ

послуг, запропоновані заходи вдосконалення їх функціонування, які, зокрема, включають розробку стратегій розвитку даних сфер, використання новітніх технологій, забезпечення кадрового потенціалу тощо. Крім того, були запропоновані заходи розвитку та підвищення конкурентоспроможності фінансових та туристичних послуг, які найменше експортуються Україною. Впровадження заходів вдосконалення функціонування секторів сфери послуг сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних послуг та зміцнить позиції України на світових ринках.

Глобалізація торгівлі також сприяла зростанню сектора ділових послуг, надаючи компаніям доступ до нових ринків та можливостей для розширення.

Очікується, що найближчими роками сектор бізнес-послуг продовжить зростати, оскільки компанії прагнуть стати більш ефективними та продуктивними. Зростання використання технологій і глобалізація торгівлі нададуть можливості для зростання, тоді як необхідність для бізнесу зосередитися на своїй основній діяльності створить попит на бізнес-послуги.

У результаті дослідження практик бізнес-послуг, були виконані всі поставлені завдання. Було проаналізовано різні платформи та їх особливості. Facebook та Instagram надають широкі можливості таргетованої реклами та високі взаємодії з користувачами. Tik-Tok задає основні тенденції відео-контенту та гумористичного контенту.

Сучасні тренди забезпечують вірусний потенціал контенту пізнаваність бізнесу, допомагають в залученні клієнтів. Для швидкого реагування на нові тренди важливо проводити аналіз конкурентів та популярного контенту в різних соціальних мережах у різних цільових аудиторій.

Для підвищення ефективності просування бізнес-послуг у соціальних мережах треба використовувати аналітичні інструменти, створювати релевантний контент, активно взаємодіяти з підписниками, оптимізувати витрати на рекламу через таргетинг, вміти адаптуватися до змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар, Н. (2023). Конкурентоспроможність сфери послуг України на світових ринках. *Економіка та суспільство*, (50). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-59>
2. Брензович К. С. Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної торгівлі бізнес-послугами. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 23 (1). С. 30–34.
3. Гнидюк І.В., Складанюк М.С. Розвиток Digital-технологій на ринку фінансових послуг України в умовах воєнного стану. *Електронне фахове видання «Економіка та суспільство»*. 2022. № 42. 7 с. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1642>
4. Данилишин, В. І., С. М. Синиця. "Діджиталізація на ринку фінансових послуг: сутність та значення для економіки України в умовах сьогодення." *Трансформаційна економіка* 3 (03) (2023): 16-20. URL: <https://www.transformations.in.ua/index.php/journal/article/view/26>
5. Дернова, І. (2023). Світовий ринок послуг: сучасний стан та тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*, (50). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-45>
6. Камінська Т. М. Місце України у міжнародній торгівлі послугами. *Економічна теорія та право*. 2019. № 1. С. 27–41.
7. Король С., Польовик Є. Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку. *Modern Economics*. 2019. № 18. С. 67–73. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/digitization-of-the-economy-as/>

8. Лігоненко Л.О., Хріпко А.В., Доманський А.О. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2018. № 2. Т. 2. С. 20–32. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/31349/Khripko_18.pdf?sequence=1&isAllowed=y
9. Мельничук О. Міжнародна торгівля послугами. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Сер. *Економічні науки*. 2020. № 4. С. 115–128.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
11. Петроченко, В. А. Технологічні тренди фінансового сектору України." *Матеріали X Всеукраїнської науково-технічної конференції здобувачів вищої освіти за підсумками досліджень у 2022 р. Факультет економіки та бізнесу (6-10 лютого 2023 р). Мелітополь: ТДАТУ, 2023.* URL: http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/16548/3/Zbirka_%20FEB.pdf
12. Пивовар П. В., Макаренко О. М. Індекс doing business як індикатор розвитку бізнесу в Україні. *Економіка та держава*. 2022. № 4. С. 76–83. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=5169&i=11>
13. Цифрові ринки: FinTech. Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/worldwide#transaction-value>
14. Чуницька, І., Богріновцева, Л. (2023). Вплив цифрових технологій на розвиток фінансового ринку України. *Економіка та суспільство*, (49). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2342>
15. Шепель, Т. В., Малинка, О. Я., Ткачук, В. Г. (2024). Study of development trends of the services market of Ukraine. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*, (39), 328-337. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/issue/view/23>
16. Яворський, В. В., К. П. Лук'янчук. Роль організаційно-економічних важелів публічного управління на ринок транспортних послуг в Україні. *Сучасні управлінські та соціально-економічні аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання в умовах*

трансформації (2023):URL:https://economics.net.ua/files/science/admin_men/2023/tezy.pdf#page=127

17. Global Business Services Performance improvement. From cost center to competitive advantage Deloitte Consulting, 2016. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-and-operations/us-operations-global-business-services.pdf>

18. Shared Services Centers ‘The Next Generation’ Capgemini Consulting, 2017.URL:https://www.capgemini.com/consulting-fr/wp-content/uploads/sites/31/2017/08/shared-services-centers-next-generation-capgemini_consulting.pdf

19. Tajoli, L., Airoidi, F. & Piccardi, C. The network of international trade in services. Appl Netw Sci 6, 68 (2021). URL: <https://appliednetsci.springeropen.com/articles/10.1007/s41109-021-00407-1>

20. Ukraine – a Budding Destination for Your Shared Service Center Deloitte Consulting URL: <https://www2.deloitte.com/ua/en/pages/strategy-operations/articles/budding-destination-for-your-shared-service-center-2019.html>

ДОДАТКИ

Додаток А

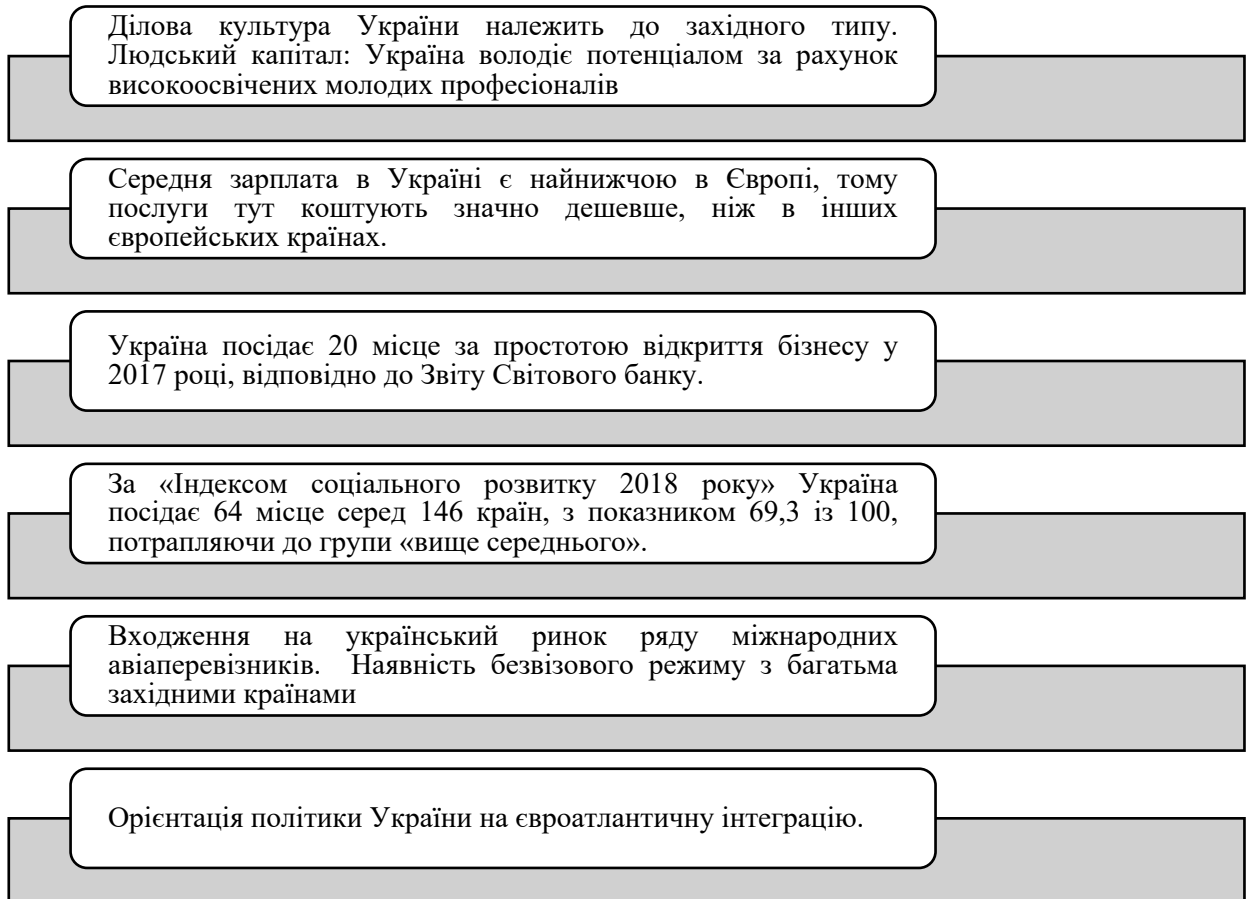


Рис.А.1 Фактори привабливості України для аутсорсингу бізнес-послуг

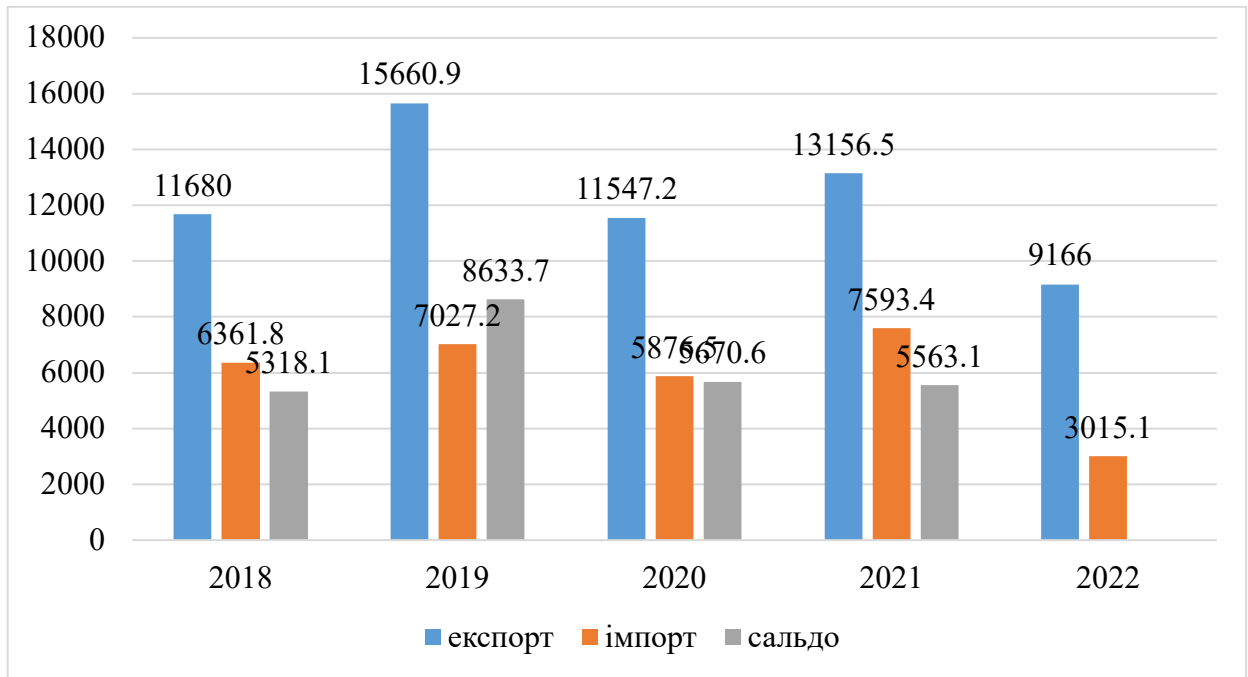


Рис. А.2 Динаміка зовнішньої торгівлі послугами України

Додаток Б

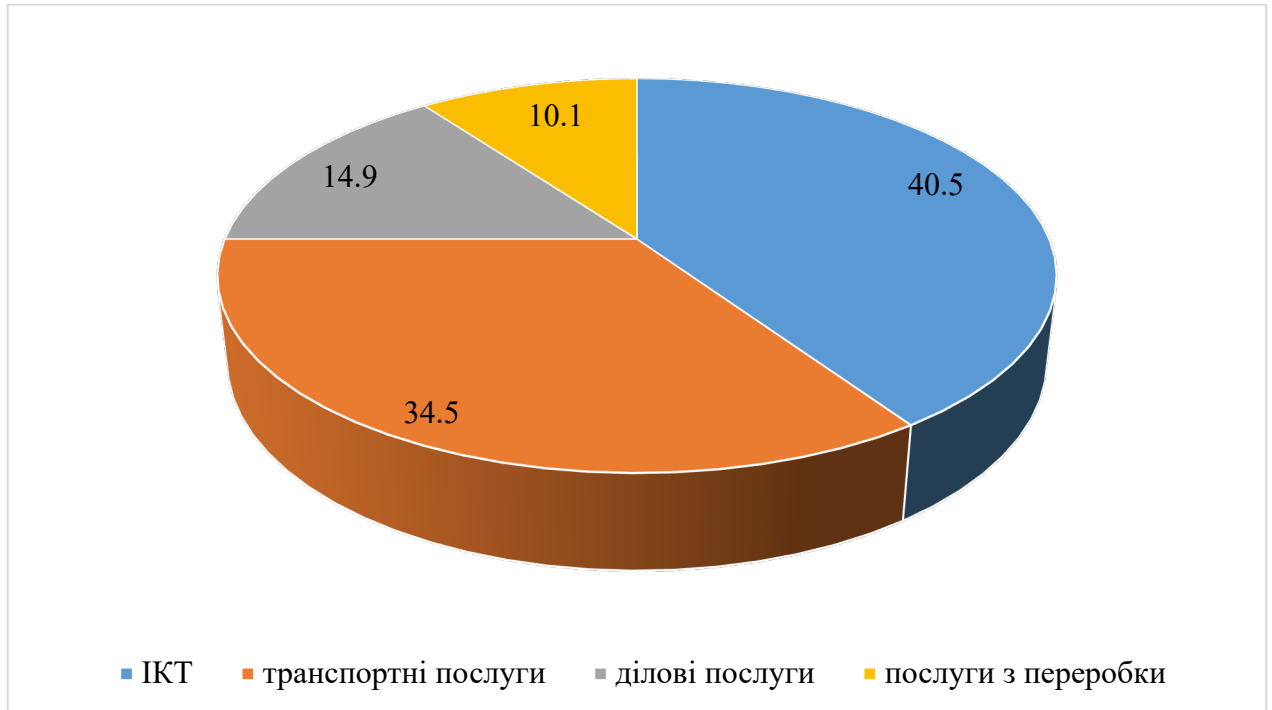


Рис.Б.1 Структура експорту послуг України у 2022 році, %

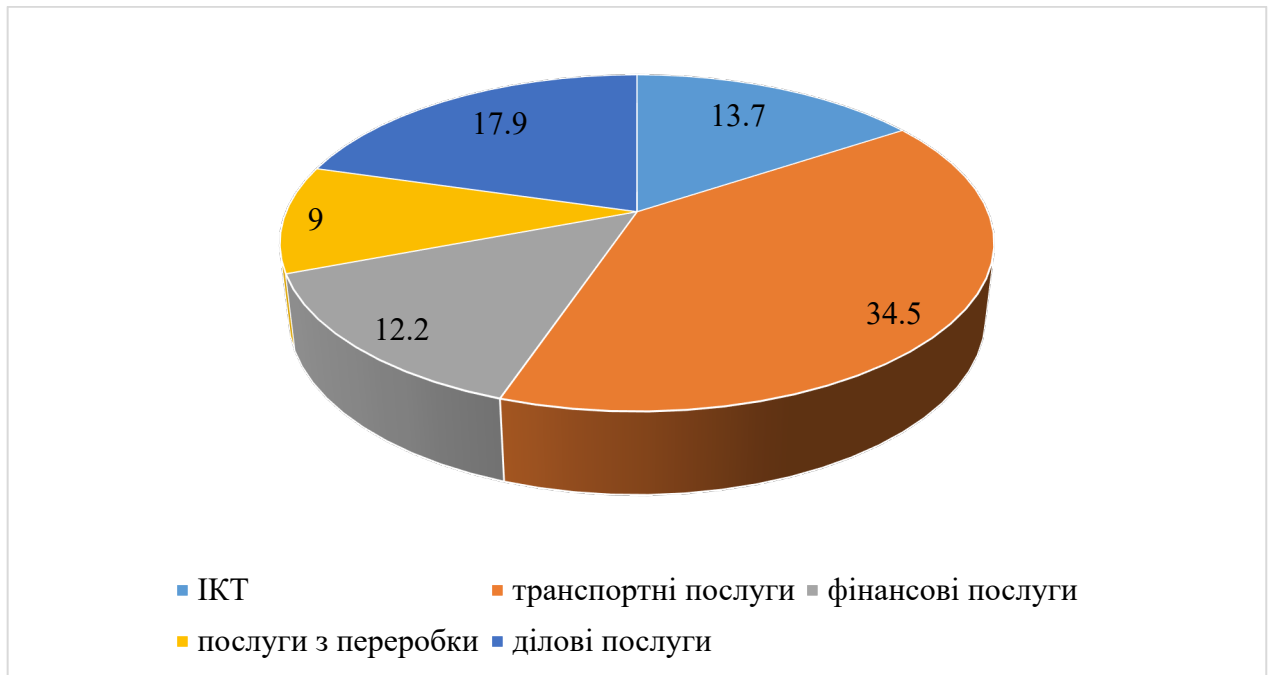


Рис.Б.2.Структура імпорту послуг України у 2022 році, %

Додаток С

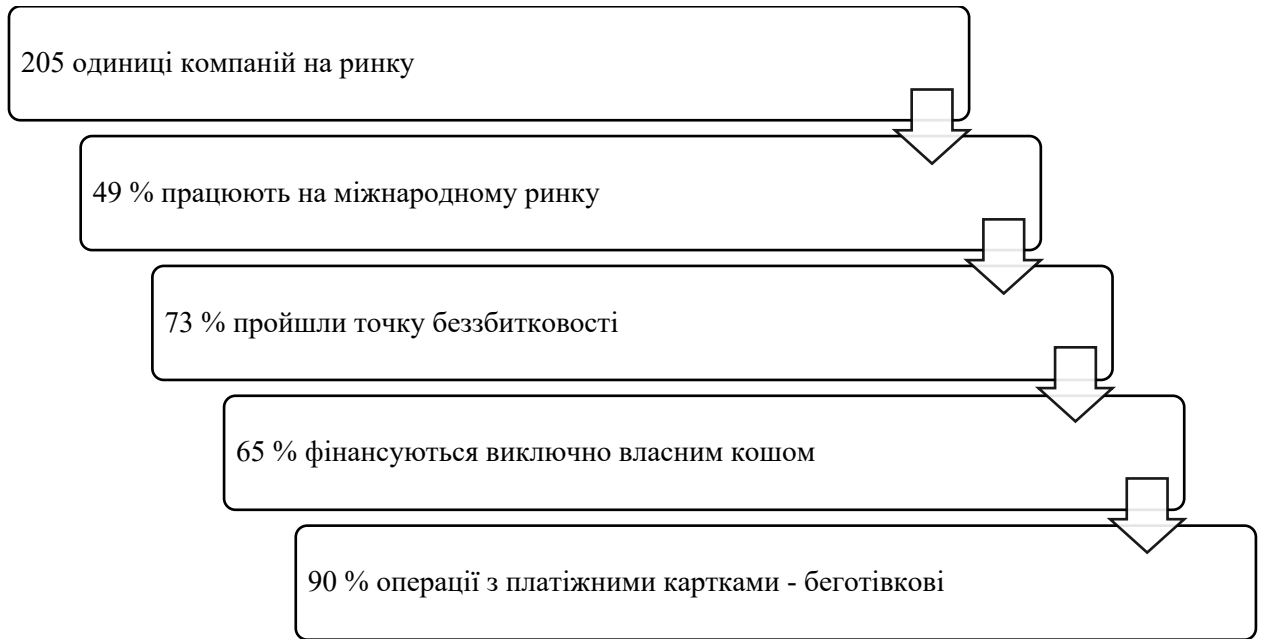


Рис.С.1 Фінтех діяльність на фінансовому ринку України в цифрах

Додаток Д

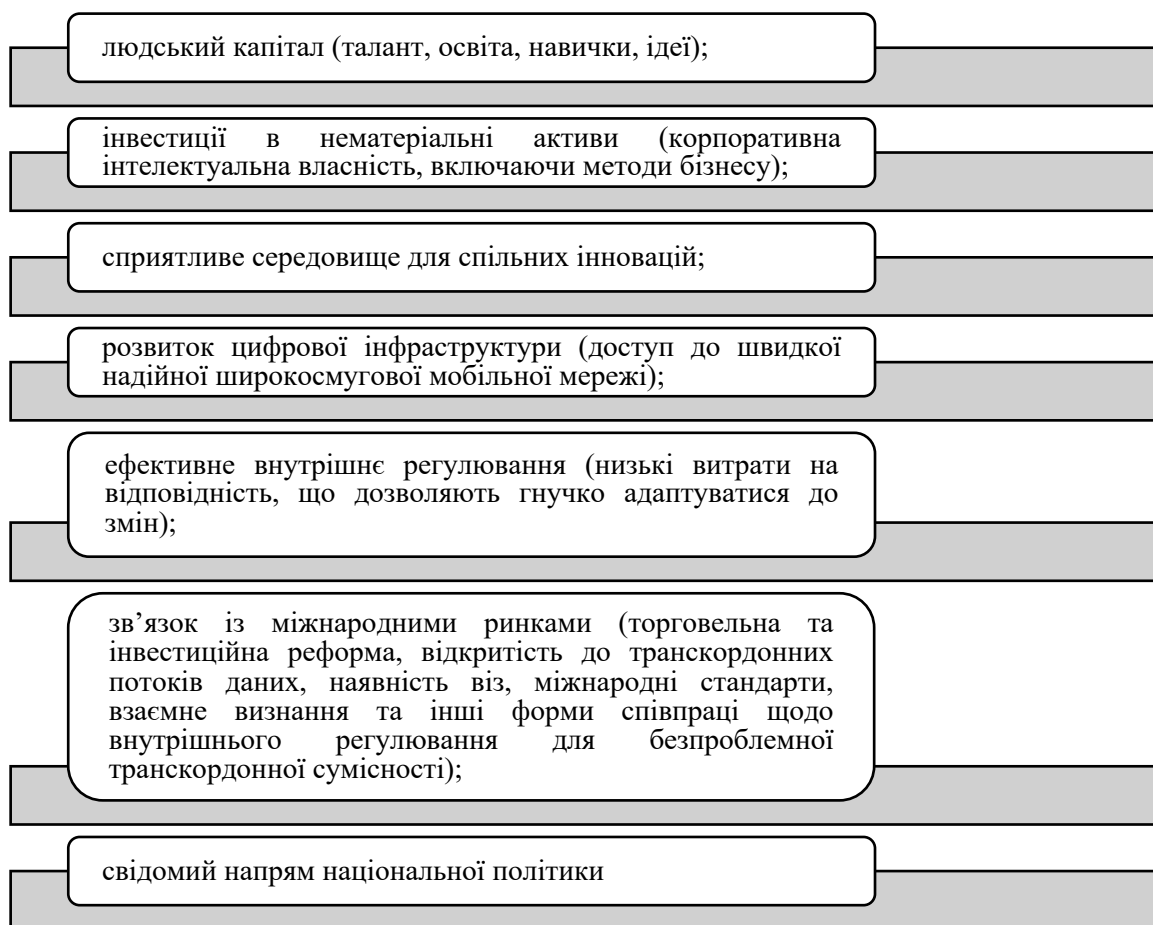


Рис.Д.1 Фактори, що впливають на конкурентоспроможність бізнес-послуг в Україні

Додаток В



Рис.В.1 Напрями підвищення конкурентоспроможності в сфері послуг

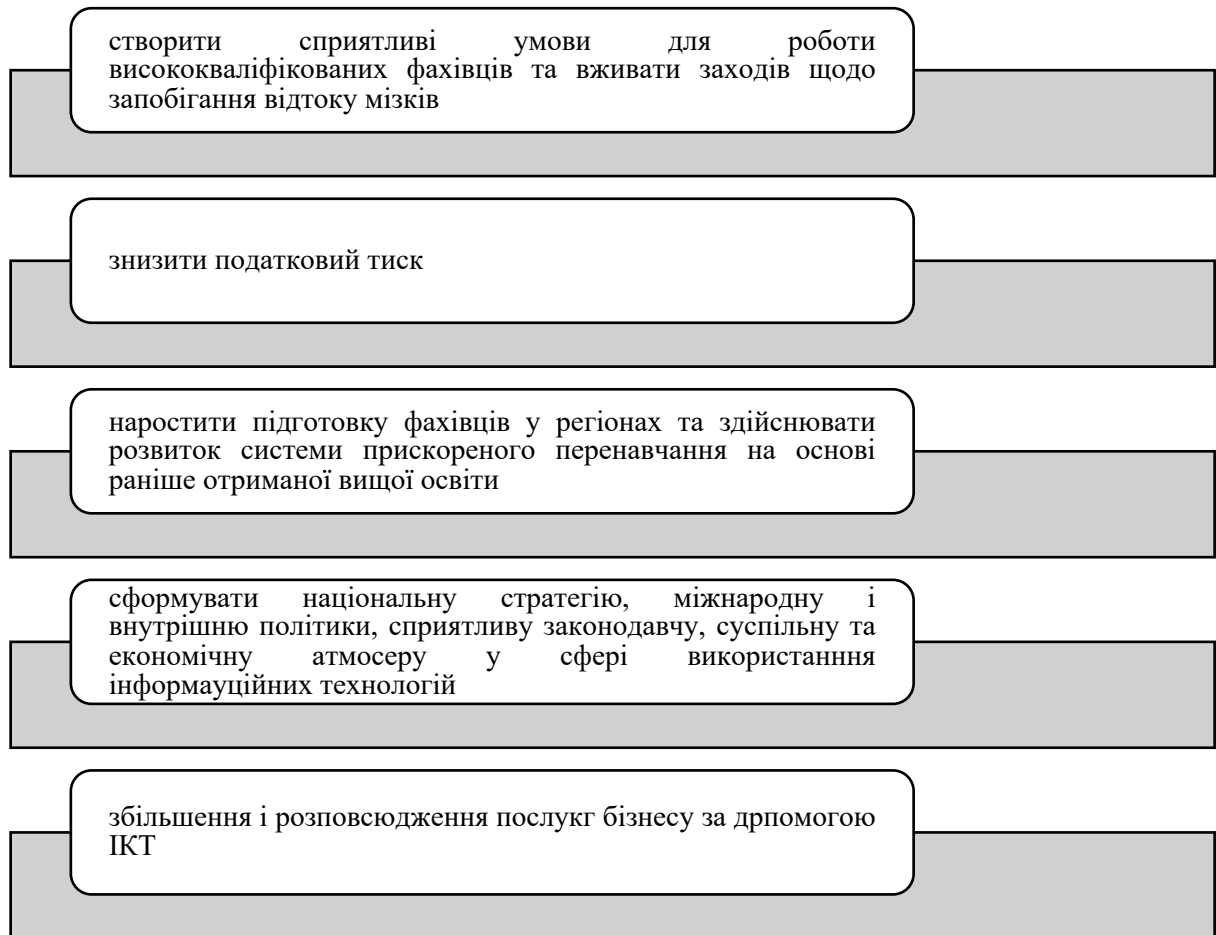


Рис.В.2 Алгоритм розвитку ІКТ послуг

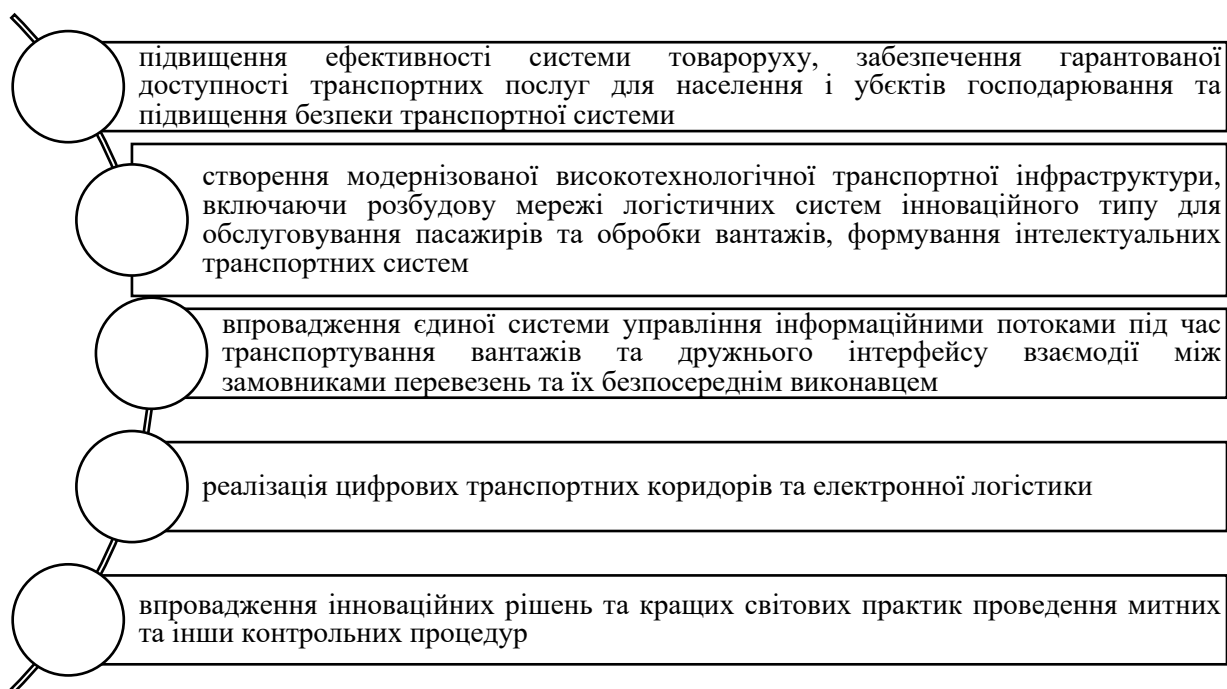


Рис.В.3 Характерні заходи, щодо відновлення транспортної торгівлі

ДОДАТОК К

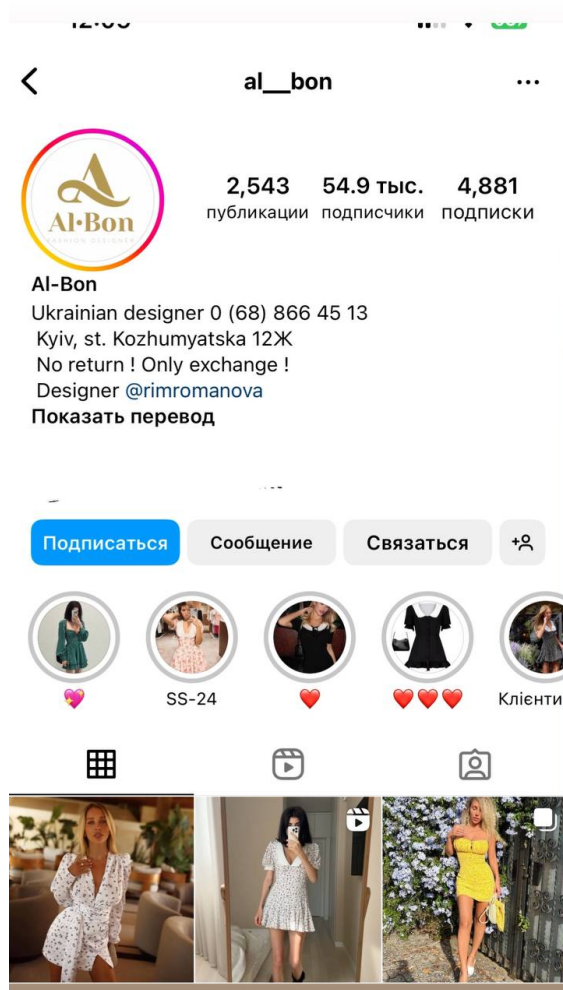


Рис.К.1. Instagram

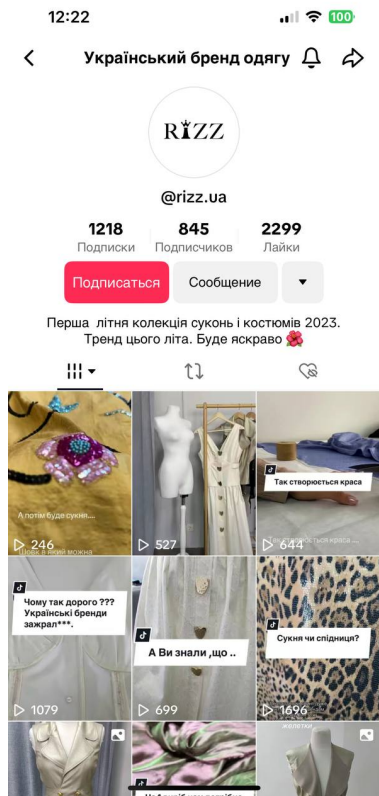


Рис.К.2 Tik-Tok

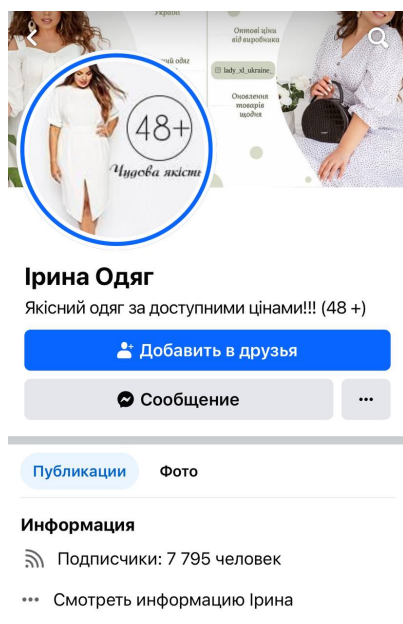


Рис.К.3 Facebook

АНОТАЦІЯ

Тема дипломної роботи: «Практики просування бізнес-послуг у соціальних мережах»

Метою роботи є: аналіз розвитку бізнесу в Україні, дослідження сучасних практик просування бізнес-послуг у соціальних мережах, пошук проблем та їх розв'язання.

Відповідно до поставленої мети, необхідно вирішити наступні завдання:

1. проведення аналізу розвитку бізнесу в Україні з моменту незалежності.
2. визначення чинників, які впливають на сучасний бізнес, побудова стратегії просування.
3. Виявити проблеми просування бізнес-послуг та знайти їх розв'язання.

Об'єктом дослідження дипломної роботи виступають практики просування бізнес-послуг в Україні. Предметом дослідження дипломної роботи є тенденції розвитку бізнес-послуг, аналіз практик просування бізнес-послуг в цілому.

Методологічною основою дипломної роботи є:

Теоретичний аналіз літературних джерел з економічної теорії, аналізу загальнодоступних джерел з бізнес-теорії, технології та її використання.

Емпіричний аналіз результатів аналізу даних, зібраних з допомогою пошуку загальнодоступної інформації, пошук та аналіз статистики розвитку бізнесу в Україні протягом різних років, аналіз соціальних мереж та ефективності просування бізнес-послуг.

Компаративний аналіз, що базується на порівнянні даних та процесів, що базуються на порівнянні актуальності та успішності різних бізнес-моделей та актуальності бізнес-послуг в різних регіонах. Порівняння та аналіз ефективності різних платформ, виявлення особистостей кожної з соціальних мереж.

Ключові слова: бізнес-послуги, просування, соціальні мережі, аналіз, стратегія.

ABSTRACT

Thesis topic: "Practices of promoting business services in social networks"

The purpose of the work is to analyze business development in Ukraine, research modern practices of promoting business services on social networks, search for problems and their solutions.

In accordance with this goal, the following tasks need to be solved:

1. to analyze business development in Ukraine since independence.
2. Identify factors that influence modern business, build a promotion strategy.
3. Identify the problems of promoting business services and find solutions.

The object of research of the thesis is the practice of promoting business services in Ukraine. The subject of the thesis is the trends in the development of business services, analysis of business services promotion practices in general.

The methodological basis of the thesis is:

Theoretical analysis of literature on economic theory, analysis of publicly available sources on business theory, technology and its use.

Empirical analysis of the results of data analysis collected through the search for publicly available information, search and analysis of business development statistics in Ukraine over the years, analysis of social networks and the effectiveness of business services promotion.

Comparative analysis based on the comparison of data and processes based on the comparison of the relevance and success of different business models and the relevance of business services in different regions. Comparison and analysis of the effectiveness of different platforms, identifying the personalities of each social network.

Keywords: business services, promotion, social networks, analysis, strategy.