

зберігається конфіденційність впроваджених на ньому інновацій. Це аргументується тим, що практично будь-яке досягнення можна повторити.

Багато вітчизняних підприємств усвідомлюють важливість інновацій для підвищення своєї конкурентоспроможності. Однак, практика показує, що часто ці підприємства обмежуються лише заміною застарілого обладнання новішим, що не завжди вистачає для збереження конкурентоспроможності в умовах швидкого технологічного розвитку. Для досягнення більш високого рівня конкурентоспроможності підприємствам варто приділяти увагу не лише оновленню технічного обладнання, а й системному відслідковуванню інноваційного розвитку та активному впровадженню новітніх рішень. Це дозволить компаніям оперувати вперед від конкурентів та забезпечити стійку позицію на ринку в умовах постійної конкуренції [1].

Отже, в умовах високої конкуренції важливо впроваджувати інновації, які домінуватимуть на ринку. Будь-які процеси або технологічні зміни на підприємстві сприяють його постійному розвитку, задовольняючи потреби споживачів і одночасно даючи переваги у вигляді прибутку.

Перелік використаних джерел:

1. Позняк С. В. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. Електронний журнал «Ефективна економіка» 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614>
2. Романюк О., Шведа Н. Інновації як рушійна сила конкурентоспроможності підприємства // Інноваційний розвиток: стратегічний погляд у майбутнє : Шоста всеукраїнська науково-практична конференція. Тернопіль, 2017, 6 квіт. С. 51-52. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21351/2/IRSP_2017_Romaniuk_O-Innovation_as_a_driving_51-52.pdf

УДК 332.1

Урбан Дмитро

аспірант кафедри комп'ютерних наук
Тернопільський національний технічний університет ім. І.Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Карпінський Микола

доктор технічних наук, професор
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Dmitro Urban

Postgraduate of Computer Science
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Mikola Karpinski

Doctor of Sciences (Computer), Professor
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ В ЕПОХУ РОЗУМНОГО УПРАВЛІННЯ SOCIAL MEDIA ANALYSIS AS A TOOL FOR ENHANCING BUSINESS COMPETITIVENESS IN THE ERA OF SMART MANAGEMENT

Аналіз соціальних медіа стає ключовим елементом розумного управління що сприяє підвищенню конкурентоспроможності бізнесу. У контексті розвитку розумних територій та розумного бізнесу здатність збирати аналізувати та використовувати дані з соціальних медіа дозволяє компаніям адаптуватися до змін у споживацьких уподобаннях та ринкових

тенденціях. Соціальні медіа надають бізнесу доступ до величезної кількості неструктурованих даних які можуть бути перетворені в цінну інформацію про поведінку споживачів їхні відгуки та ставлення до брендів. Використання алгоритмів машинного навчання та аналізу настрою дозволяє виявляти та реагувати на зміни в громадській думці що є важливим для розумного управління репутацією [1].

Розумний бізнес вимагає від компаній гнучкості та оперативності у прийнятті рішень. Аналіз соціальних медіа допомагає визначити ключові тренди та впливові події в реальному часі що дозволяє бізнесу швидко адаптувати маркетингові стратегії та оптимізувати взаємодію з клієнтами. На розумних територіях де цифрові технології інтегровані в усі аспекти життя соціальні медіа стають платформою для залучення спільноти та сприяння місцевому економічному розвитку. Аналіз соціальних медіа може використовуватися для виявлення потреб спільноти та стимулювання інноваційного підприємництва [2].

Використання аналітики соціальних медіа дозволяє бізнесу не лише відстежувати ефективність рекламних кампаній але й здійснювати прогнозування майбутніх трендів що є важливим для планування та розробки довгострокових стратегій. Завдяки аналізу соціальних медіа компанії можуть підвищувати лояльність клієнтів вдосконалювати продукти та послуги а також ефективно управляти кризовими ситуаціями що безпосередньо впливає на їхню конкурентоспроможність [3].

У підсумку, аналіз соціальних медіа є невід'ємною частиною розумного управління яке сприяє розвитку розумних територій та розумного бізнесу забезпечуючи компаніям перевагу в умовах швидкоплинного ринку та змінюваних споживацьких вимог.

Перелік використаних джерел:

1. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68
2. He, W., Zha, S., & Li, L. (2013). Social media competitive analysis and text mining: A case study in the pizza industry. *International Journal of Information Management*, 33(3), 464-472
3. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251

УДК 364.2:304

Федотов Дмитро

менеджер із логістики та закупівель

Філія фонду

«СОЛІТЕРРЕ СТРАТІДЖІ ДІ ПАЧІО ОНЛУС» в Україні

м. Київ, Україна

Dmytro Fedotov

Logistics and Procurement Manager

Branch of the Foundation

“SOLETERRE STRATEGIE DI PACE ONLUS” in Ukraine

Kyiv, Ukraine

ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГУМАНІТАРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ КРИЗИ, СПРИЧИНЕНОЇ ВІЙНОЮ

PROJECT MANAGEMENT IN THE HUMANITARIAN ACTIVITIES OF INTERNATIONAL CHARITABLE FUNDS IN UKRAINE: CHALLENGES AND STRATEGIES IN THE CONDITIONS OF THE CRISIS CAUSED BY THE WAR

Широкомасштабна гуманітарна криза, спричинена повномасштабною війною, яку розгорнула росія проти України, поставила перед інституціями громадянського суспільства – громадськими організаціями, волонтерськими і благодійними фондами – безліч складних і термінових завдань та безпрецедентних викликів. У контексті таких непередбачуваних подій, ефективний проєктний менеджмент стає ключовим фактором для забезпечення належного