

Лекція 7

THE OPPORTUNITIES OF USING SOCIAL MEDIA BY THE SMES IN EUROPEAN EXPANSION

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ БІЗНЕСУ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРИ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ:

- 7.1 Сучасні тенденції розвитку соціальних мереж у світі, ЄС та Україні
 - 7.2 Соціальні медіа у житті особистості та бізнес-структури
 - 7.3 Тренди використання цифрових технологій у соціальних медіа
 - 7.3.1 Діпфейки
 - 7.3.2. Штучний інтелект та машинне навчання (AI&ML)
 - 7.4 Необхідність використання AI бізнесом, як асистента
 - 7.5 Виклики, які стоять перед людьми та бізнесом
 - 7.6 Висновки
-

7.1 Сучасні тенденції розвитку соціальних мереж у світі, ЄС та Україні

Соціальні мережі - це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати профілі чи облікові записи, спілкуватися з іншими користувачами, ділитися контентом (таким як текст, фотографії, відео) та взаємодіяти в інтерактивних спільнотах. Ці мережі створюють віртуальне середовище, де люди можуть обмінюватися інформацією, враженнями, думками та взаємодіяти в онлайн-режимі.

Серед найпопулярніших соціальних мереж входять Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube та інші (рис. 1). Кожна мережа має свою унікальну аудиторію та функціональні можливості. Спільні елементи цих мереж включають можливість створення профілю, додавання друзів чи підписників, публікацію контенту, коментування та взаємодію з контентом інших користувачів. Соціальні мережі використовуються як для особистих, так і для професійних цілей.

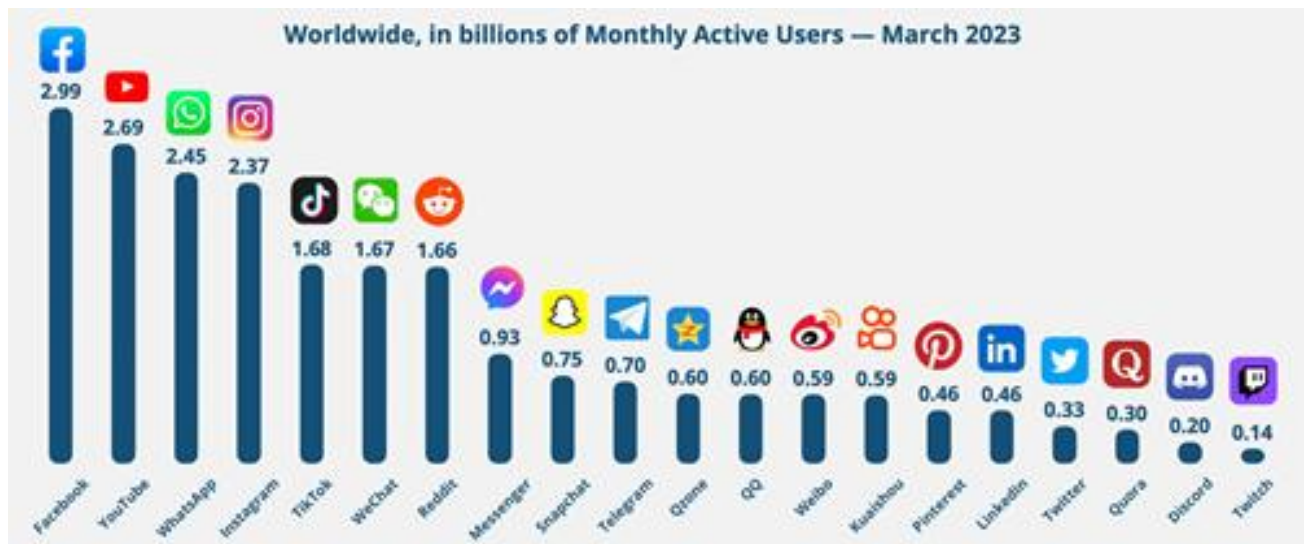


Рис. 1. Статистика соціальних мереж в світі у 2024 році
(джерело: Social Media Report 2024 <https://www.blog2social.com/en/blog/infographic-social-media-statistics/>)

Соціальні мережі в сучасному світі відіграють важливу роль у зв'язку, спілкуванні та обміні інформацією. Однак, існують різні питання та аспекти, які варто розглядати щодо конфіденційності даних, зручності, довіри та безпеки в контексті соціальних мереж.

Конфіденційність даних:

- Збір та використання інформації: Соціальні мережі збирають велику кількість особистої інформації від користувачів. Це може створювати проблеми щодо конфіденційності, особливо якщо дані використовуються несправедливо або неправомірно;
- Заходи захисту даних: Багато соціальних мереж вдосконалюють свої політики конфіденційності та впроваджують технічні засоби для захисту особистої інформації користувачів. Однак існують постійні виклики у забезпеченні адекватного рівня захисту.

Зручність:

- Інтерфейс та взаємодія: Спрощений та зручний інтерфейс соціальних мереж сприяє популярності платформ. Регулярні оновлення та нові функції можуть поліпшувати зручність користування;
- Мобільні додатки: Розвиток мобільних технологій і додатків дозволяє користувачам отримувати доступ до соціальних мереж з будь-якого місця, що сприяє зручності та доступності.

Довіра та безпека:

- Фейк-профілі та шахрайство: Існує проблема створення фейкових акаунтів, а також різних видів онлайн-шахрайств та атак. Це може порушити довіру користувачів до платформи;
- Кібербезпека: Спроби вторгнення та кібератаки можуть впливати на безпеку інформації користувачів. Соціальні мережі повинні приділяти достатню увагу заходам кібербезпеки.

Управління даними та Власність:

- Права на дані: Користувачі мають право знати, як їхні дані використовуються, і мати можливість контролювати доступ до своїх особистих даних;
- Алгоритмічна прозорість: Особливо важливо враховувати, які алгоритми використовуються соціальними мережами для відбору та відображення контенту, оскільки це може впливати на сприйняття інформації та допускати аспекти упередженості

Розглянемо декілька цікавих фактів про соціальні мережі:

1. Кожну секунду кількість користувачів соцмереж збільшується на 8 чоловік.
2. Кожну хвилину на Facebook публікується 50000 посилань, і більше 100 000 чоловік додає один одного в друзі.
3. Близько 50% всіх користувачів соцмереж витрачає на спілкування в них від 1 до 5 годин на тиждень.
4. Якби Facebook був державою, то він би зайняв 3 місце за чисельністю населення, відразу ж після Китаю та Індії. Так, більше мільярда людей – це не жарт!
5. Більше половини людей молодші за 30 років зареєстровані хоча б в одній соціальній мережі.
6. Середньостатистичний користувач відвідує свій аккаунт двічі на день.
7. На кожного користувача соцмереж в середньому припадає 195 «друзів».
8. Близько 80% людей схильні більше довіряти відгукам своїх «онлайнових» друзів, ніж друзям з реального життя.
9. Кожен третій розлучення в розвинених країнах так чи інакше пов'язаний з активністю в соціальних мережах.
10. Щорічно в світі реєструється близько 100 вбивств, причиною яких стало образливе повідомлення в соціальній мережі.
11. Десята частина всіх сімейних пар в США знайшла свою другу половинку через соціальні мережі.
12. Кожна п'ята пара в розвинених країнах утворилася завдяки знайомству в соцмережах.
13. У 8 з 10 дітей старше 12 років є сторінка в соцмережі. Середній вік, в якому дитина заводять собі аккаунт, становить 10 років.
14. 20% дітей витрачають на активність в соцмережах 24 години на тиждень. Ще 50% наближаються до цього показника.
15. 69% батьків, зареєстрованих у соцмережах, «зафрендили» своїх дітей. 80% з них впевнені, що знають, на які теми спілкуються їхні діти в Інтернеті. Тим не менш, більше 30% дітей стверджують, що батьки нічого не знають про їх активність в соцмережах.
16. Після появи соцмереж кількість подружніх зрад в країнах Заходу зросла в 3 рази.
17. Дослідження показали, що надмірне захоплення соціальними мережами збільшує ризик суїциду і підриває імунітет.
18. 35% користувачів боїться, що з їх аккаунтом може трапитися щось погане. Цю фобію західні психологи називають FAD (Facebook Addiction Disorder – розлад, викликаний залежністю від Facebook).
19. Більше 80% компаній у світі використовує соціальні мережі для рекрутингу.

20. 10 друзів потрібно було видалити зі свого списку контактів на Facebook, щоб отримати безкоштовний бургер від Burger King. 55000 користувачів з легкістю розлучилися з десятком «друзів» заради безкоштовної їжі.

21. Дві третини користувачів Facebook незадоволені своєю зовнішністю. Більше половини з них зробило висновок про те, що вони некрасиві, порівнявши свої фото з фото інших користувачів.

Щодо використання соціальних мереж в Україні, то важливо розуміти, що тенденції їх використання значно змінилися після лютого 2022 року. Проведемо аналіз трендів використання диверсифікованих соціальних мереж у розрізі країни та регіонів.

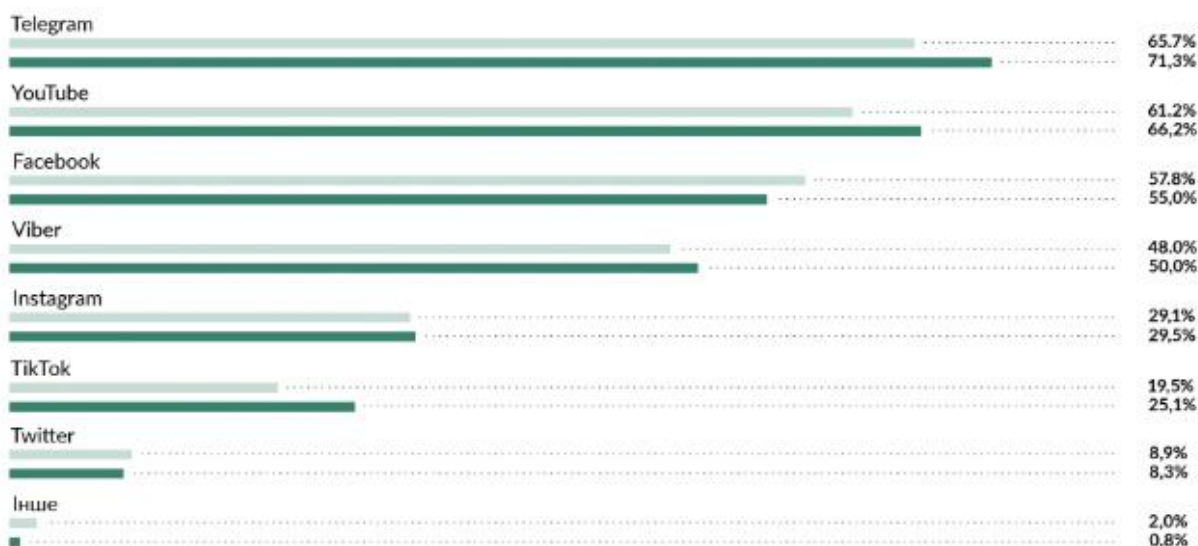


Рис. 2. Користувачі соцмереж в Україні

(Джерело: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/08/16/7415807/>)

Популярність Telegram та YouTube взаємопов'язано із індивідуальним споживанням новин щодо ситуації в країні.



Рис. 3. Українська аудиторія Facebook та Instagram у 2023 році

(джерело: <https://plusone.ua/research/>)

Meta почала втрачати українських користувачів: за рік з Facebook пішли 2,05 мільйона українців, а з Instagram — 4,1 мільйона. Про це йдеться в дослідженні комунікаційної агенції Plusone social impact.

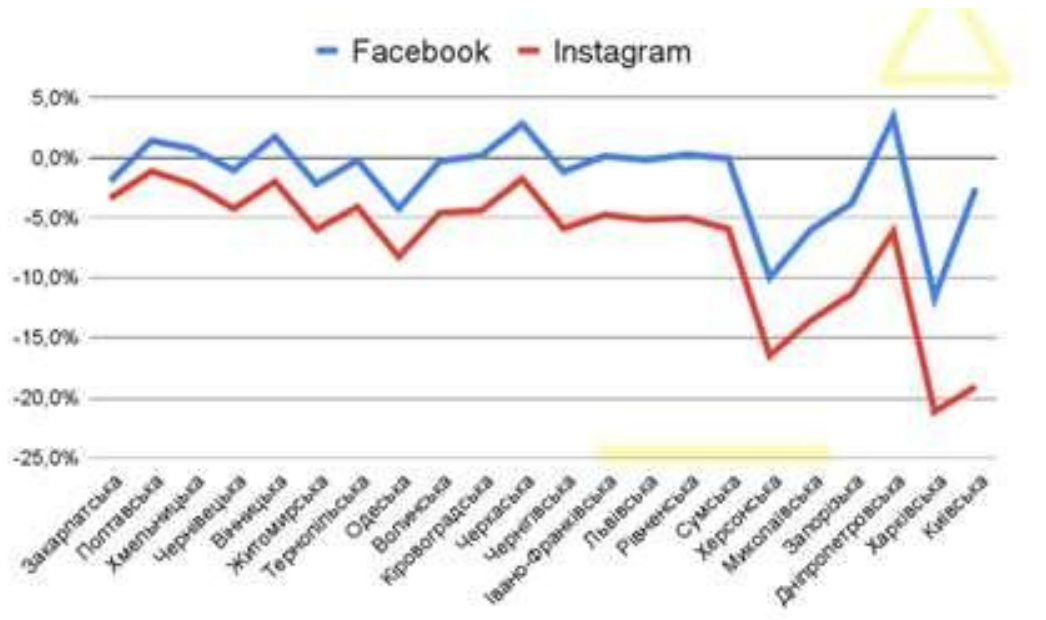


Рис. 4. Зниження популярності Facebook та Instagram у розрізі регіонів України
(Джерело: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/kak-izmenilsya-reyting-socialnyh-setey-v-ukraine-i-mire/>)

Аналітики повідомили, що наразі аудиторія Facebook становить 13,7 мільйона користувачів з України, а Instagram – 11,6 мільйона. Водночас варто розуміти, що у дослідженні не врахували втрати аудиторії в тимчасово окупованих частинах Донецької та Луганської областей України.

7.2 Соціальні медіа у житті особистості та бізнес-структури

Соціальні медіа відіграють центральну роль у глобальній комунікаційній системі. Бути "Соціальним" в соціальних медіа формує образ у друзів та ком'юніті, що Ви постійно на зв'язку, і така комунікація завжди є рушієм та тригером вашої активності та участі. Соціальні медіа стали основним майданчиком для комунікації з клієнтами та на деякий час для багатьох стали площадкою, заміником веб-сайту, візитівкою, інше.

Соціальні мережі (для індивідуального використання) - це онлайн-платформи, що дозволяють користувачам спілкуватися, ділитися інформацією та взаємодіяти один з одним. Особистості соціальні мережі є місцем, де можна знайти нових друзів, спілкуватися з рідними та близькими, отримувати новини та інформацію про світ.

Соціальні мережі (для бізнесу) є місцем, де компанії можуть знаходити та співпрацювати з потенційними клієнтами, будувати відносини зі своєю аудиторією, використовувати рекламні можливості та збільшувати свою онлайн-присутність. Однак, при використанні соціальних мереж для бізнесу, дуже важливо забезпечити конфіденційність, зручність, довіру та безпеку як для себе, так і для своїх клієнтів. Ведення соціальних мереж може мати безліч переваг для бізнесу, незалежно від його розміру або галузі. Ось деякі ключові переваги ведення соціальних мереж для бізнесу:

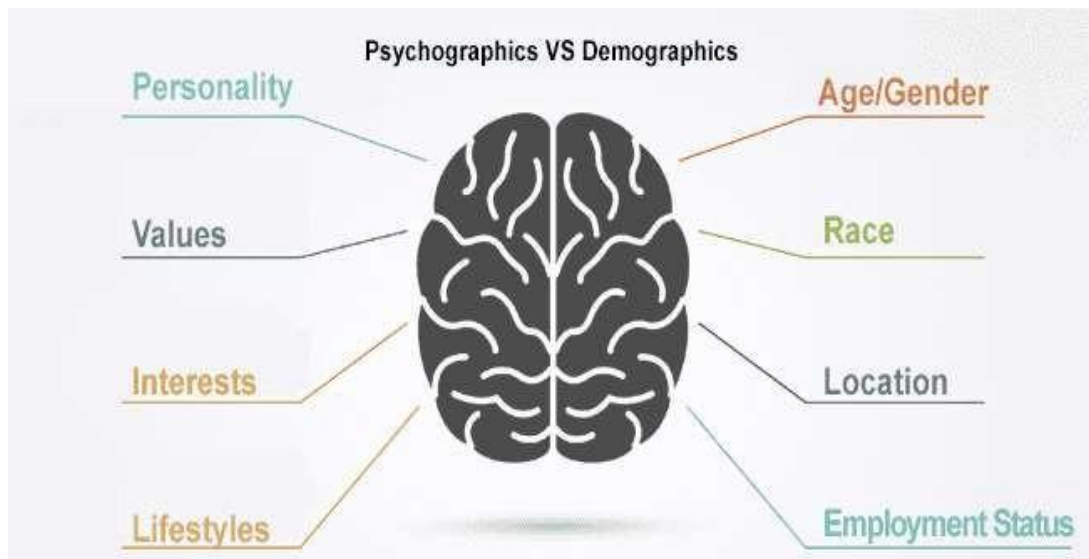
1. **Збільшення пізнаваності бренду:** Соціальні мережі - ефективний інструмент для підняття свідомості про бренд. Регулярне публікування цікавого та відповідного контенту допомагає залучити увагу аудиторії.

2. **Залучення аудиторії:** Соціальні мережі дозволяють бізнесу взаємодіяти безпосередньо з клієнтами. Коментарі, лайки та репости можуть сприяти створенню вірусного ефекту, розповсюджуючи інформацію про бренд.
3. **Клієнтська підтримка:** Платформи соціальних мереж можуть слугувати важливим каналом для надання підтримки клієнтам. Вони можуть задавати питання, розміщувати скарги або ділитися враженнями, що дозволяє бізнесу негайно взаємодіяти та реагувати на потреби клієнтів.
4. **Аналітика та відстеження результатів:** Соціальні мережі надають інструменти аналітики, які дозволяють вимірювати ефективність кампаній. Це допомагає бізнесу розуміти, як користувачі реагують на контент і як можна покращити стратегію.
5. **Цільова реклама:** Багато соціальних мереж пропонують рекламні платформи з геотаргетингом та здатністю налаштовувати оголошення відповідно до інтересів аудиторії. Це дозволяє бізнесу ефективно спрямовувати свої рекламні зусилля.
6. **Конкурентна перевага:** Бути активним у соціальних мережах може стати конкурентною перевагою. Компанії, які успішно використовують соцмережі, можуть будувати сильні стосунки з клієнтами та отримувати перевагу над конкурентами.
7. **Збільшення трафіку на веб-сайт:** Публікації та рекламні кампанії на соціальних мережах можуть привертати увагу та спрямовувати трафік на веб-сайт бізнесу.
8. **Нові можливості для збільшення продажів:** Деякі платформи соціальних мереж дозволяють інтегрувати системи електронної комерції безпосередньо на свої сторінки, надаючи бізнесу можливість прямо продавати товари або послуги через соціальні мережі.



Рис. 5. Переваги ведення соціальних мереж для бізнесу

Загалом, правильна стратегія в соціальних мережах може значно сприяти розвитку бренду, підвищенню продажів та залученню нових клієнтів.



Вивчення аудиторії є критично важливим аспектом успішного ведення бізнесу, оскільки дозволяє створювати ефективні маркетингові стратегії та пропозиції, що відповідають потребам і очікуванням клієнтів. Глибоке розуміння своєї аудиторії допомагає визначити ключові сегменти ринку, яким слід приділити увагу, а також оптимізувати процес взаємодії з клієнтами на всіх етапах їхнього шляху. Це включає вивчення демографічних характеристик, поведінкових моделей та психологічних факторів, що впливають на рішення покупців. Завдяки цьому бізнес може більш точно визначити потреби клієнтів, підвищити рівень їх задоволення і, відповідно, забезпечити зростання продажів та лояльності.

Крім того, вивчення аудиторії дозволяє бізнесу адаптувати свої продукти та послуги, щоб вони відповідали змінним вимогам ринку. Це допомагає не лише втримувати існуючих клієнтів, але й залучати нових шляхом створення конкурентних переваг. За допомогою аналізу аудиторії компанії можуть також прогнозувати майбутні тенденції та відповідним чином коригувати свої бізнес-стратегії. Таким чином, вивчення аудиторії є ключовим фактором для досягнення довгострокового успіху та стійкого розвитку бізнесу.

7.3 Тренди використання цифрових технологій у соціальних медіа

Сучасні соціальні медіа швидко розвиваються завдяки впровадженню нових цифрових технологій. Це створює нові можливості для взаємодії з аудиторією та відкриває нові горизонти для бізнесу та користувачів. Сьогодні ми розглянемо кілька ключових трендів, які впливають на розвиток соціальних медіа. Особливу увагу звернемо на дідфейки та роль штучного інтелекту і машинного навчання у цій сфері.

7.3.1 Дідфейки

Дідфейки (від англ. Deepfake) - це технологія, що використовує штучний інтелект для створення високоякісних підробок відео або аудіо. Назва походить від поєднання слів "deep learning" (глибинне навчання) та "fake" (підробка). Глибинне навчання, як метод машинного навчання, використовує нейронні мережі для аналізу та відтворення складних моделей даних. Застосовуючи цю технологію, можливо

створити відео, де обличчя однієї людини замінюється на обличчя іншої, а голос синтезується так, що практично неможливо відрізнити підробку від реальності.

Діпфейки стали популярними на платформах соціальних медіа завдяки їх здатності генерувати розважальний та іноді провокаційний контент. Сьогодні ця технологія використовується для створення пародій, сатири, а також у маркетингових кампаніях. Наприклад, можна створити відео, де відомий актор або політик виступає з неочікуваною заявою, або навіть бере участь у рекламному ролику.

Існують кілька аспектів, де діпфейки знайшли своє застосування:

- ✦ **Розваги та креативність:** відео з заміною облич знаменитостей у сценах популярних фільмів чи серіалів набирають мільйони переглядів. Такі відео привертають увагу і швидко розповсюджуються в мережі;

- ✦ **Маркетинг:** компанії використовують діпфейки для створення персоналізованих рекламних кампаній, де відомі особи "рекомендують" продукцію чи послуги.

- ✦ **Соціальні мережі:** користувачі можуть створювати контент, що відзначається високим рівнем взаємодії та вірусністю, за рахунок інтригуючих та неочікуваних відео.

Попри те, що діпфейки можуть використовуватися для розваг і маркетингу, вони також мають значні негативні аспекти:

Дезінформація: Діпфейки можуть бути використані для створення фальшивих новин і дискредитації особистостей або організацій;

Етика та приватність: Існує серйозна загроза зловживання технологією для порушення приватності людей або створення неприйняттого контенту;

Законодавчі виклики: Регулювання використання діпфейків є складним завданням для багатьох держав, оскільки важко визначити межі між легальним використанням і потенційно шкідливими наслідками.

Розробка діпфейків включає такі основні етапи:

Збір даних: Необхідно зібрати велику кількість зображень обличчя цільової особи під різними кутами і з різними виразами;

Навчання моделі: Нейронні мережі тренуються на зібраних даних для вивчення деталей міміки та виразів обличчя;

Генерація відео: Після навчання модель здатна накладати обличчя однієї людини на відео з іншою людиною з високою точністю.

Приклади Використання.

Вірусні відео: Наприклад, ролики, де Джим Керрі з'являється у сценах з фільмів "Залізна людина" замість Роберта Дауні-молодшого, набули значної популярності на YouTube;

Політичні діпфейки: Відео, що зображують політичних лідерів, які роблять неправдиві заяви, використовуються для маніпулювання громадською думкою.

Технології, що використовуються для виявлення діпфейків, також активно розвиваються. Вчені працюють над розробкою алгоритмів, які можуть ідентифікувати аномалії в рухах обличчя або звуці, що є ознаками підробки.

7.3.2 Штучний Інтелект та Машинне Навчання (AI&ML)

Штучний інтелект (AI) та **машинне навчання (ML)** займають центральне місце у розвитку соціальних медіа. Вони значно змінюють спосіб, у який компанії взаємодіють з аудиторією, аналізують дані та адаптуються до змінних ринкових умов.

Машинне навчання (Machine Learning) - це галузь штучного інтелекту, яка зосереджена на створенні алгоритмів та моделей, які можуть навчатися і покращувати свою продуктивність на основі даних, не потребуючи явного програмування для конкретних завдань. Машина навчається розпізнавати патерни та робити прогнози на основі досліджених прикладів, що дозволяє вирішувати різноманітні завдання від класифікації до регресії та кластеризації.

Ось кілька ключових напрямків, де AI та ML здійснюють революційний вплив:

✦ **Аналіз даних та передбачення:** AI та ML використовуються для аналізу величезних обсягів даних користувачів, що дозволяє соціальним мережам розуміти поведінкові тренди, переваги та потреби аудиторії. Це дозволяє не лише передбачати тенденції, а й краще сегментувати ринок для цільової реклами;

✦ **Контентна фільтрація та персоналізація:** AI-алгоритми допомагають у створенні стрічки новин, яка найбільше відповідає інтересам користувача. Наприклад, Facebook використовує AI для підбору контенту на основі попередньої активності користувача;

✦ **Аналіз тональності та виявлення настроїв:** алгоритми машинного навчання можуть оцінювати текстові дані, щоб визначити настрій або тональність користувацьких постів і коментарів, що допомагає брендам розуміти реакцію аудиторії на продукти чи послуги;

✦ **Обробка зображень та розпізнавання обличчя:** соціальні платформи, такі як Instagram і Snapchat, використовують AI для обробки зображень, включаючи фільтри та ефекти. Розпізнавання обличчя допомагає в тегуванні користувачів на фото.

Машинне навчання як підгалузь штучного інтелекту активно застосовується для оптимізації процесів у соціальних медіа:

Автоматизація маркетингових кампаній: системи машинного навчання допомагають у розробці та оптимізації рекламних кампаній, дозволяючи автоматично коригувати стратегії на основі аналізу даних;

Модерація контенту: AI-системи можуть автоматично виявляти та блокувати небажаний контент, такий як спам чи образливі висловлювання, що покращує досвід користувачів;

Чат-боти та віртуальні асистенти: на основі AI створюються чат-боти, які надають швидкі відповіді на запити користувачів, покращуючи рівень обслуговування клієнтів;

Рекомендаційні системи: алгоритми ML аналізують поведінкові моделі користувачів для створення персоналізованих рекомендацій щодо контенту, друзів, подій чи груп.

Розглянемо переваги та недоліки AI та ML у соціальних медіа (табл. 1).

Таблиця 1. Переваги та недоліки використання AI та ML у соціальних медіа

Переваги	Недоліки
Покращення взаємодії. Персоналізований контент забезпечує більшу	Загроза приватності. Використання AI для збору та аналізу особистих

залученість користувачів;	даних може порушувати приватність користувачів
Оптимізація реклами. Таргетингова реклама стає більш ефективною завдяки аналізу даних про користувачів	Етичні Питання. Використання AI для маніпулювання думками і рішеннями користувачів викликає занепокоєння щодо етичності таких практик
Підвищення рівня безпеки. AI-системи допомагають у виявленні та запобіганні шахрайства і небажаного контенту.	Непрозорість. AI-алгоритми можуть бути складними для розуміння, що ускладнює контроль над їх використанням.

Щодо майбутніх трендів використання AI та ML. Очікується, що роль AI та ML у соціальних медіа продовжуватиме зростати, включаючи:

- ✦ **Розвиток віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR).** Інтеграція AI для створення більш інтерактивного та занурюючого контенту;
- ✦ **Соціальна аналітика.** AI забезпечить ще глибший аналіз соціальних даних для передбачення майбутніх трендів;
- ✦ **Голосові асистенти.** Їх використання для взаємодії в соціальних мережах буде активно зростати, роблячи користування платформами ще більш інтуїтивним.

7.4 Необхідність використання AI бізнесом, як асистента

Використання штучного інтелекту (AI) як асистента в бізнес-діяльності стало важливою складовою сучасних стратегій розвитку. Інтеграція AI у бізнес-процеси дозволяє компаніям підвищити ефективність, оптимізувати операції та забезпечити конкурентні переваги на ринку.

Ось декілька цікавих фактів та даних, які демонструють необхідність використання AI бізнесом:

1. AI може підвищити продуктивність бізнес-діяльності. За даними дослідження McKinsey, компанії, які впровадили AI у свої бізнес-процеси, повідомляють про збільшення продуктивності на 20-25%. Це досягається завдяки автоматизації рутинних завдань, таких як обробка даних, управління запасами та аналітика. Наприклад, Unilever, завдяки автоматизованій обробці резюме з використанням AI, скоротила час, необхідний на підбір персоналу, на 75%.
2. Може сприяти зниженню витрат. Згідно з дослідженням PwC, до 2030 року глобальні економії від впровадження AI можуть досягти 15,7 трильйона доларів США. AI-системи здатні аналізувати великі обсяги даних, оптимізувати ланцюги поставок та забезпечувати ефективніше управління ресурсами, що веде до зниження операційних витрат.
3. Сприяти поліпшенню обслуговування клієнтів. AI-асистенти, такі як чат-боти та голосові помічники, стали невід'ємною частиною сучасного обслуговування клієнтів. Дослідження Gartner показує, що до 2025 року 85% взаємодій з клієнтами будуть оброблятися без людського втручання. Компанії, такі як Amazon, використовують AI для покращення користувацького досвіду, забезпечуючи швидкі відповіді на запити та персоналізовані рекомендації.
4. Допомагатиме прийняттю рішень на основі даних. AI допомагає компаніям приймати обґрунтовані рішення на основі аналізу даних. Наприклад, Netflix використовує AI для аналізу поведінки користувачів, що дозволяє створювати

персоналізовані рекомендації для кожного клієнта. Це підвищило рівень утримання клієнтів на 93% та збільшило кількість переглядів.

5. Сприяти інноваціям та розвитку продуктів. Використання AI дозволяє компаніям створювати інноваційні продукти та послуги. Наприклад, Tesla використовує AI для розробки автономних автомобілів, що змінює концепцію особистого транспорту. IBM Watson застосовується в медицині для аналізу даних пацієнтів і розробки індивідуальних планів лікування.

6. У сучасному світі компанії, які активно використовують AI, отримують значну конкурентну перевагу. Дослідження Accenture показує, що до 2025 року компанії, які впровадили AI, можуть збільшити свою прибутковість на 38%. Це пояснюється здатністю адаптуватися до змінних ринкових умов швидше та ефективніше, ніж конкуренти.

7. Сприяє пошуку талантів. LinkedIn використовує AI для аналізу професійних профілів, що дозволяє покращити процес рекрутингу та знайти найкращих кандидатів для відкритих вакансій. Використання AI скорочує час на найм до 30%.

8. Допомогає в управлінні фінансовими операціями. JPMorgan Chase за допомогою AI аналізує юридичні документи, що дозволяє скоротити час на їх обробку з 360,000 годин на рік до всього кількох секунд.

9. Запобігати кібератакам. AI-системи здатні виявляти та запобігати кібератакам в режимі реального часу. За даними Cisco, 65% організацій вважають AI критично важливим для забезпечення своєї безпеки в кіберпросторі.

10. Оптимізація логістики та ланцюгів постачання. Компанії, такі як DHL, використовують AI для оптимізації маршрутів доставки та управління запасами, що дозволяє зменшити витрати на логістику на 20%.

11. Walmart використовує AI для управління запасами, прогнозування попиту та персоналізації покупок, що збільшує точність прогнозування продажів на 90%.

7.5 Виклики, які стоять перед людьми та бізнесом

Використання штучного інтелекту (AI) у соціальних мережах та бізнес-діяльності стає все більш поширеним. Це дозволяє оптимізувати процеси, покращити обслуговування клієнтів і підвищити ефективність роботи. Однак, з розвитком цих технологій виникають нові виклики та проблеми, з якими стикаються як бізнеси, так і окремі користувачі.

Збирання та обробка великих обсягів даних, які використовуються AI для персоналізації контенту та реклами, часто ставлять під загрозу конфіденційність користувачів. Бізнеси стикаються з необхідністю дотримання суворих регуляторних вимог, таких як GDPR (Загальний регламент захисту даних) у Європейському Союзі, що передбачає значні штрафи за порушення конфіденційності даних.

Користувачі соціальних мереж часто не знають, які саме дані збираються, як вони використовуються, і кому можуть бути передані. Це викликає занепокоєння щодо можливості незаконного використання особистої інформації, втрати контролю над власними даними та ризику витоку інформації.

Для прикладу, Facebook отримав штраф у розмірі 5 мільярдів доларів США від Федеральної торгової комісії США за порушення приватності користувачів та

неналежне управління даними, що вказує на серйозність проблеми захисту інформації.

Використання AI може створювати етичні дилеми, особливо якщо алгоритми приймають рішення, що впливають на життя людей, наприклад, у фінансових або медичних сферах. Бізнеси повинні забезпечити етичне використання AI, уникаючи дискримінації та забезпечуючи прозорість у прийнятті рішень.

Користувачі можуть стикатися з упередженістю AI-систем, які навчаються на базі даних, що містять історичні стереотипи. Це може призвести до несправедливого ставлення до певних груп населення та поширення дезінформації.

Так, у 2019 році AI-система компанії Amazon, призначена для автоматизації процесу підбору персоналу, виявила упередженість проти жінок через навчання на даних, де домінували чоловіки, що призвело до дискримінаційних результатів.

Автоматизація бізнес-процесів за допомогою AI може призвести до зниження потреби в певних професіях, особливо у сферах, де рутинні завдання можуть бути виконані машинами. Це ставить перед бізнесом виклик у формуванні нових робочих місць та перекваліфікації працівників.

Робітники, які виконують рутинні завдання, ризикують втратити свої робочі місця через автоматизацію. Це викликає занепокоєння серед населення і вимагає від людей адаптації до нових умов праці та навчання новим навичкам.

За даними дослідження компанії McKinsey, до 2030 року через автоматизацію можуть зникнути до 800 мільйонів робочих місць у всьому світі, що вимагатиме від робітників навчання новим професіям.

Використання AI у соціальних мережах робить їх вразливими до кіберзагроз, таких як зломи, шахрайство та фальсифікація даних. Бізнеси повинні інвестувати в засоби кібербезпеки, щоб захистити свої платформи від атак.

Користувачі стають жертвами кіберзлочинів, таких як фішинг або діпфейки, які можуть використовуватися для маніпулювання інформацією або вимагання грошей. Це підвищує рівень недовіри до соціальних мереж та онлайн-сервісів.

У 2021 році була виявлена масштабна атака на платформу LinkedIn, під час якої було зібрано дані понад 500 мільйонів користувачів, що викликало хвилю занепокоєння серед професійної спільноти.

Впровадження AI вимагає значних інвестицій у технології, інфраструктуру та навчання персоналу. Це може бути серйозним бар'єром для малих і середніх підприємств, які не мають достатніх ресурсів для реалізації таких проектів.

Швидкий розвиток технологій може викликати складнощі в адаптації користувачів до нових функцій та сервісів, що використовують AI. Це може призводити до неприйняття інновацій та гальмування їх впровадження.

Дослідження, проведене компанією Gartner, показує, що близько 54% проектів, пов'язаних з впровадженням AI у бізнес-процеси, зазнають невдачі через проблеми з інтеграцією та недостатню підготовку персоналу.

AI в соціальних мережах змінює динаміку взаємодії між компаніями та клієнтами. Бізнеси мають знайти баланс між автоматизацією комунікації та особистим підходом до клієнтів, щоб не втратити довіру та лояльність.

Користувачі можуть відчувати відчуження від людської взаємодії через автоматизацію обслуговування. Це може знизити рівень задоволення від взаємодії з брендами та вплинути на рішення про покупку.

Опитування, проведене компанією Accenture, показало, що 57% користувачів вважають за краще взаємодіяти з живими консультантами, а не з автоматизованими системами, навіть якщо останні пропонують швидшу підтримку.

AI системи вимагають доступу до величезних обсягів даних для навчання і прийняття рішень. Це може порушувати конфіденційність користувачів, особливо в соціальних мережах.

Згідно з дослідженням Cisco, 32% користувачів соціальних мереж стурбовані тим, як їхні дані збираються і використовуються.

У 2023 році платформа TikTok зіткнулася зі значними штрафами в ЄС через недотримання норм GDPR, що стосуються обробки даних неповнолітніх користувачів.

7.6 Висновки

Соціальні медіа в сучасному бізнес-середовищі є особливо важливими для малих та середніх підприємств (МСП), які прагнуть розширити свою присутність на європейському ринку. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, LinkedIn, та YouTube, стають ефективними інструментами для залучення клієнтів, підвищення пізнаваності бренду та зміцнення взаємин з аудиторією. Використання соціальних медіа може значно поліпшити комунікацію з клієнтами, сприяти підвищенню довіри до бренду та збільшити продажі. Це відкриває нові можливості для бізнесу, дозволяючи їм залишатися конкурентоспроможними в умовах глобалізованого ринку.

Одним з ключових аспектів успіху в соціальних медіа є розуміння аудиторії. Знання демографічних характеристик, поведінкових моделей та психологічних факторів, що впливають на рішення покупців, допомагає бізнесу створювати маркетингові стратегії, які відповідають потребам клієнтів. Такий підхід дозволяє не тільки втримати існуючих клієнтів, але й залучити нових, підвищуючи лояльність та задоволеність споживачів. Крім того, розуміння аудиторії допомагає передбачити майбутні тренди та адаптувати продукти й послуги до змінних вимог ринку, забезпечуючи тим самим довгостроковий успіх компанії.

Також важливо зазначити, що використання цифрових технологій у соціальних медіа продовжує розвиватися. Технології, такі як діпфейки та штучний інтелект (ШІ), впливають на те, як ми взаємодіємо з контентом і один з одним. Діпфейки, хоча і представляють собою загрозу для конфіденційності та безпеки, також можуть бути використані для створення інноваційного контенту, що залучає аудиторію. ШІ та машинне навчання, зі свого боку, надають можливості для персоналізації взаємодії з клієнтами, аналізу даних та оптимізації маркетингових кампаній, що робить їх незамінними інструментами в арсеналі сучасного бізнесу.

Незважаючи на численні переваги, існують також виклики, пов'язані з використанням соціальних медіа та цифрових технологій у бізнесі. Це включає питання конфіденційності даних, забезпечення довіри та безпеки, а також етичні аспекти використання ШІ. Компанії повинні бути обережними у використанні цих

інструментів, дотримуючись принципів прозорості та відповідальності. Забезпечення безпеки даних та підтримання довіри клієнтів є критично важливими для успішного ведення бізнесу в цифрову еру. Тим не менш, з правильним підходом та стратегічним використанням технологій, соціальні медіа можуть стати потужним засобом для досягнення бізнес-цілей і сприяти стійкому розвитку компанії на ринку.



Використані джерела:

[*https://www.blog2social.com/en/blog/infographic-social-media-statistics/*](https://www.blog2social.com/en/blog/infographic-social-media-statistics/)

[*https://www.pravda.com.ua/columns/2023/08/16/7415807/*](https://www.pravda.com.ua/columns/2023/08/16/7415807/)

[*https://plusone.ua/research/*](https://plusone.ua/research/)

[*https://webpromoexperts.net/ua/blog/kak-izmenilsya-reyting-socialnyh-setey-v-ukraine-i-mire/*](https://webpromoexperts.net/ua/blog/kak-izmenilsya-reyting-socialnyh-setey-v-ukraine-i-mire/)

[*https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/machine-learning*](https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/machine-learning)

[*https://ua.hive-mind.community/blog/383,shho-take-dipfeik-i-yak-iogo-rozpiznati*](https://ua.hive-mind.community/blog/383,shho-take-dipfeik-i-yak-iogo-rozpiznati)

<i><u>Галя 9</u></i>	<i><u>Іра 1, 7</u></i>	<i><u>Леся</u></i>		