

цікавим та захоплюючим. Головне – знати свою аудиторію та створювати унікальний контент, що відповідає її потребам та інтересам.

#### Список використаної літератури

1. FIFA 20. 10 миллионов игроков. URL: <https://www.ea.com/ru-ru/games/fifa/fifa-20/news/fifa-20-10-million-players-infographic>
2. Stevenage: How Burger King sponsorship led to Fifa game popularity. URL: <https://musebycl.io/gaming/how-burger-king-using-fifa-20-make-tiny-english-team-big-deal>
3. <https://www.bbc.com/sport/football/54279530>
4. <https://twitter.com/FortniteGame/status/1254817584676929537>.
5. <https://newzoo.com/products/reports/global-esports-live-streaming-market-report.com/news/home/20170223005219/en/>.

*Надія Ухаліна,  
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Навчально-науковий інститут журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,  
м. Київ, Україна*

#### ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ

Невід'ємною складовою бізнес-діяльності є її інформаційне забезпечення. У сучасному світі відсутність такого забезпечення або ж проведення на неналежному рівні призводить до негативних наслідків бізнесової діяльності. Тобто, на сьогоднішній день інформаційна складова є нагальною потребою.

Економічні аспекти інформаційного забезпечення розглянули такі науковці: Н. Мікула, А. Мокій, І. Бабець та інші. Проте у загальному цей аспект ведення бізнесу розглянуто недосконало та досить фрагментарно. У зв'язку з цим при практичному застосуванні інформаційного забезпечення виникає багато спірних питань [ 2 ].

На сьогоднішній день поняття «інформаційне суспільство» посідає важливе місце в будь-якій з видів діяльності. Воно має широке тлумачення і стає синонімом до поняття ефективність «управління». Отже, в загальному інформаційне забезпечення — комплексний процес вироблення та управління інформацією для ефективного забезпечення бізнесових потреб.

У сучасному інформаційному просторі забезпечувати такі потреби стало набагато легше, ніж це було, скажімо, 10 років тому. Інформаційний простір розширюється, а інформаційне забезпечення стає багатшим та ефективнішим. Якщо раніше ефективну рекламу можна було побачити по телевізору або почути по радіо, то зараз ці акценти суттєво змінилися. Вже давно ефективнішим інформаційним забезпеченням бізнесу є інші інструменти, наприклад, соціальні мережі. Проте, основною проблемою залишається вибір інструментів інформаційного забезпечення. Скажімо, є такі види бізнесової діяльності, коли ефективним інструментом все ж буде реклама на радіо. Саме тому для забезпечення ефективною інформаційною діяльністю все ж краще залучати спеціалістів. Чим власники бізнесу нерідко нехтують і тим самим вкладають гроші в таке забезпечення, яке не дає позитивного результату. Це відбувається саме через неправильних підбір цільової аудиторії та каналу збуту інформації. Також проблемою може бути неправильний підхід до побудови наративів. Іншими словами, важливо донести до цільової аудиторії саме ті меседжі, які викликать бажання купити той чи інший продукт чи послугу. Особливо складним

це завдання постає на перших етапах взаємодії. Коли це ще маловідомий продукт треба продумати усі аспекти взаємодії з потенційними клієнтами та передбачити усі можливі ризики різних видів комунікації.

Значущість ролі інформаційного забезпечення важко заперечити. Особливий вплив вона має на ефективність виробничо-економічної діяльності. Це спричинило появу нових підходів до вивчення цього питання. На думку Кобба-Дугласа основними складовими для успішного ведення бізнесу є капіталовкладення в економіку, витрати на робочу силу та підвищення рівня інформаційної складової. Він вважає, що досягнення економічного ефекту полягає не лише за допомогою використання робочої сили, але й основі підвищення інформаційної складової в сукупних витратах на виробництво [1].

Однією зі складових успішного функціонування бізнесових проєктів є використання в їх діяльності принципів і інструментарію інформаційного забезпечення. Мається на увазі сукупність форм, методів та інструментів управління інформаційними ресурсами.

Ефективна організація інформаційної діяльності підприємства забезпечується використанням інформаційних ресурсів. Алгоритм взаємодія з якими, способи, види та канали збуту має обрати кожен бізнес окремо. Саме задля цього передбачається виконання такої роботи спеціалістом.

Різні чинники впливають на побудову інформаційного забезпечення роботи підприємства. Та обов'язково це має відбуватися в умовах тісної взаємодії інформаційної і виробничої сфери, що дозволяє говорити про їх синергетичний ефект.

#### **Список використаної літератури**

1. Hayes R. Information and Productivity. IRECIHE Butleton. 1980. V. 6. № 1/2. P.21-35.
2. Mokiу A., Babets I. Basic aspects of providing information subsystem of an innovative model for transboundary cooperation. *External economical courier*. 2006. № 1-2. P. 15-18.

**Наталія Санакоєва,**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
Запорізький національний університет,  
м. Запоріжжя, Україна*

**Ксенія Вербицька,**

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Запорізький національний університет,  
м. Запоріжжя, Україна*

#### **СУЧАСНІ PR-КОМУНІКАЦІЇ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УКРАЇНІ: ЦІННІСНИЙ ТА ЕТИЧНИЙ АСПЕКТИ**

Виклики, які постають перед українськими благодійними організаціями після 24 лютого 2022 року, зумовлюють переосмислення комунікацій та пошук найбільш результативних засобів і методів PR. Різке збільшення кількості суб'єктів, які надають благодійну допомогу, та підвищення зацікавленості суспільства розкрили проблему недостатньої інформаційно-методичної та наукової бази, яка б регулювала етичність застосованих інструментів та сприяла аксіологічному розвитку культури благодійності в Україні. Важливо, щоб українські некомерційні організації мали достатню кількість фахової інформації, а суспільство усвідомлювало ціннісне