

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Мішкольцький університет (Угорщина)
Магдебурзький університет (Німеччина)
Петрошанський університет (Румунія)
Варшавська політехніка (Польща)
Познанська політехніка (Польща)
Софійський університет (Болгарія)

Ministry of Education and Science of Ukraine
National Technical University
«Kharkiv Polytechnic Institute»
University of Miskolc (Hungary)
Magdeburg University (Germany)
Petrosani University (Romania)
Politechnika Warszawska (Poland)
Poznan Polytechnic University (Poland)
Sofia University (Bulgaria)

**ІНФОРМАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ:
НАУКА, ТЕХНІКА,
ТЕХНОЛОГІЯ, ОСВІТА,
ЗДОРОВ'Я**

Наукове видання

Тези доповідей
**XXXI МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ
MicroCAD-2023**

Харків 2023

**INFORMATION
TECHNOLOGIES:
SCIENCE, ENGINEERING,
TECHNOLOGY, EDUCATION,
HEALTH**

Scientific publication

Abstracts
**XXXI INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE
MicroCAD-2023**

Kharkiv 2023

КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ЛІДЕРІВ ДУМОК В СЛУЖБІ КРОВІ**Хоменко Л. М.***Сумський державний університет, м. Суми*

В роботі розглянуто питання підходів до визначення критеріїв для роботи з лідерами думок (блогерами) в службі крові. Актуальність питання пов'язана з необхідністю у закладів служби крові у вигідному світлі представляти організацію та залучати добровільних донорів через соціальні мережі.

Зараз відсутні наукові публікації щодо роботи з лідерами думок в службі крові, зокрема, обрання блогерів для подальшої співпраці [1]. Основні підходи до визначення критеріїв вибору лідерів думок представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Підходи до критеріїв вибору лідерів думок [2–6]

Критерії	Чурикова Д. (ITForce)	Instagram huk.com	Пастернак М. (Creative SMM)	ProSMM	WOO Company (mmr.ua)
Аудиторія блогера	+		+	+	+
Умови співпраці	+	+	+	+	
Стиль і манера взаємодії з підписниками, подача реклами	+	+	+		
Тематика акаунта	+			+	+
Частота публікації реклами	+	+		+	
Вид реклами в блозі		+	+		
Статистика сторінки блогера за попередні періоди	+				+
Тип лідера думок	+		+		
Рівень залученості	+	+			

Серед інших критеріїв для прийняття рішення щодо співпраці з лідерами думок враховують також кількість вихідних підписок блогера, відсоток підтвердження реклами, вартість реклами, зовнішній вигляд акаунта блогера тощо [2–6]. Таким чином, використання даних критеріїв дозволить закладу служби крові порівняти блогерів між собою та оцінити доцільність витрат на просування через лідерів думок та своєчасно внести корективи в маркетингову стратегію.

Література:

1. Khomenko L.M., Saher L. Yu. Influencer marketing in blood service facilities. *Науковий вісник Полісся*. 2021. 1(17). С. 74-77.
2. Пастернак М. Обираємо інфлюенсера. *creativesmm.com.ua*. 18.12.2021. URL: <https://creativesmm.com.ua/10-porad-iaak-obraty-blohera-dlia-spivpratsi/>.
3. Як знайти блогера для реклами в Інстаграм. *prosmm.com.ua*. 2023. URL: <https://prosmm.com.ua/yak-znayty-blohera-dlya-reklamy-v-instagram>.
4. Робота з блогерами в Інстаграм – все, що потрібно знати. *instagramhuk.com*. URL: <https://instagramhuk.com/roboata-z-bloheramy-v-instahram-vse-scho-potribno-znaty/>.
5. WOO Company. Вас рекомендують: як шукати свого блогера в соціальних мережах. *mmr.ua*. 17.12.2020. URL: <https://mmr.ua/ru/show/vas-rekomenduyut-yak-shukati-svogo-blogera-dlya-reklami-v-soczmerezhah>.
6. Чурикова Д. Як працювати з блогерами в Інстаграм. *itforce.ua*. URL: https://itforce.ua/blog/kak-rabotat-s-inflyuenserami-v-instagram/#scroll_three.