

ТАЛАНЧУК Д. О.

<https://orcid.org/0000-0003-2089-6134>e-mail: dmytro.o.talanchuk@lpnu.ua

МАРКОВЕЦЬ О. В.

<https://orcid.org/0000-0001-8737-5929>e-mail: oleksandr.v.markovets@lpnu.ua

Національний університет «Львівська політехніка»

РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ ЗАХОДІВ ІЗ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ INSTAGRAM-СТОРИНКИ

У статті наведено результати дослідження розвитку сторінки у соціальній мережі Instagram. Проведено огляд наукових джерел, що висвітлюють популяризацію профілів у соціальних мережах. Для досягнення поставленої мети, було створено універсальну блок-схему алгоритму дій, що допоможе отримувати реакції на поширений контент. Висвітлено визначені ліміти взаємозв'язків із контентом, що допоможуть уникнути блокування сторінки та показано статистичні дані сторінки, на базі якої відбувалися дослідження соціальної мережі Instagram.

Ключові слова: соціальна мережа, Instagram, популяризація, комунікація, інформація, статистика, віртуальна сторінка, аналіз, інформаційні технології.

DMYTRO TALANCHUK, OLEKSANDR MARKOVETS
Lviv Polytechnic National University

DEVELOPMENT OF A SET OF MEASURES TO PROMOTE THE INSTAGRAM PAGE

The article presents the results of a study of the development of the page on the social network Instagram. A review of scientific sources that cover data on the promotion of profiles on social networks. To achieve this goal, a universal flowchart of the algorithm of actions was created, which will help to get reactions to the distributed content. The limits of interaction with the content that will help to avoid blocking the page are highlighted and the statistics of the page based on which the research of the social network Instagram was conducted are shown.

The growing popularity of the social network Instagram encourages the study of methods to promote the profile. This study contains information about methods of promoting the page that does not require money. The flowchart will help start-up bloggers and small businesses that do not have the funds to advertise to gain additional reach of the target audience. This block diagram is universal and does not require special topics of the pages. The shown statistics will prove the efficiency of the created block diagram of the page development algorithm. With the help of the flowchart, users will be able to receive additional hundreds, sometimes thousands, of additional target audience reach and content interactions.

A study was conducted to determine the best time to publish content. Properly chosen time increases the chances of greater coverage of people on the social network. To determine the time, a foreign study was analyzed and a new one was conducted based on its own Instagram page and KeyHole resource. The article describes the effectiveness and importance of using correct and thematic hashtags. The use of hashtags, as well as other described methods, will help increase the reach of the target audience. The statistics show the effectiveness of this method of popularizing the page and describe the optimal number of hashtags per post.

Keywords: virtual community, communication, information, user, software, interconnection, information technology, analysis, processing, exchange.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Тенденції розвитку сучасних інформаційних технологій докорінно змінюють життя усіх людей. Ті професії, що раніше працювали в фізичних приміщеннях, переходять у онлайн. Соціальні мережі стали вибором багатьох компаній та звичайних людей, як платформи для реклами та продажу своєї продукції та своїх послуг. Однією із найпопулярніших соціальних мереж для ведення такої діяльності став Instagram. Щороку Instagram отримує тисячі нових користувачів в Україні, та мільйони у цілому світі. Чимало з цих людей прагне заробляти на своєму контенті, і для цього потрібна дієва стратегія розвитку сторінки, і великий відсоток цих користувачів зустрічаються з тим, що їх методи популяризації виявляються недієвими. Основною проблемою такого результату є ігнорування усіх функцій соціальної мережі Instagram, користувачі не використовують геомітки, пишуть невідповідні хештеги та перевищують ліміти взаємодій із іншими користувачами, що призводить до обмеження такої діяльності, а іноді і до блокування сторінки, оскільки алгоритми вважають таких користувачів ботами. Другою причиною занепаду сторінки є відсутність алгоритму дій та системності публікування інформації. Для вирішення цих питань, було вирішено провести дослідження та знайти методи, що допоможуть людям отримувати додаткові перегляди та взаємодії із цільовою аудиторією, адже саме це є рушієм у розвитку сторінки.

Аналіз досліджень та публікацій

Чимало сучасних науковців досліджують соціальні мережі та феномен їх популярності. У науковій статті Олени Мар'їної «Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії» [1] розповідається, що соціальними платформами користується від 60% до 80% активних користувачів мережі Інтернет. У

соціальних мережах люди вподобують сторінки за своїми інтересами та потребами, створюють власні групи та комерційні сторінки, поширюють інформацію чи продають товари. Соціальні сторінки стали такими популярними, оскільки все необхідне для людей знаходиться в одному додатку, немає потреби шукати сайт, щоб отримати інформацію від компанії чи ЗМІ, усе висвітлюється у соціальній мережі. Саме поняття «соціальна мережа» з'явилося ще у далекому 1954 році і на той момент не мало стосунку до мережі Інтернет. Поняття ввів соціолог Джеймс Барнс, на його думку «соціальна мережа» - це соціальна структура, що складається з вузлів, якими є соціальні об'єкти, і зв'язків між ними. Тобто, це група людей, що знають один одного, де сама людина є центром, а її знайомі є гілками, а між усіма членами цієї мережі є відповідні зв'язки, вони можуть бути односторонніми та двосторонніми [2].

Часто користувачі соціальної мережі Instagram використовують сторонні сервіси, щоб вдосконалити контент, такими сервісами можуть бути: Mssg.me, Taplink, SmmPlanner, Websta, Chotam, InstaLex, Tooligram, Totems Analytics, InstaOrders [3]. Використання цих сервісів спрямоване на вироблення власного унікального стилю та просування контенту. Найбільш популярний Instagram є серед українців віком від 18 до 24 років, близько 2,8 мільйонів осіб цієї вікової групи є користувачами соціальної мережі Instagram, це приблизно 91,04% від усіх жителів України в цій віковій групі. В віковій групі від 25 до 35 років близько 4 мільйонів користувачів, що становить приблизно 54,29% від всіх жителів у цій групі. А серед українців віком від 36 до 45 років Instagram використовує близько 1,8 мільйона людей, це 28,91% жителів цієї вікової групи [4].

Фінські науковці проводили дослідження популярного методу набору послідовників, що називається «Follow for follow» [5]. Це метод, що передбачає підписку на певну кількість сторінок, з метою отримання взаємної підписки. Цей спосіб є одним із найпопулярніших у даній соціальній мережі, адже він дозволяє набрати велику кількість підписників за короткий період часу. Цей спосіб часто використовують блогери або представники малого та середнього бізнесу, що не мають коштів на рекламу. Однак слід зазначити, що Instagram обмежує кількість взаємодій. Вчені з Балі провели дослідження, щоб визначити причини популярності соціальної мережі Instagram серед місцевого бізнесу, результати описано у статті «Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage» [6]. Дослідження показало, що використання соціальних мереж для реклами своїх послуг та товарів, може збільшити попит на них до 78%. Соціальні мережі популярні серед бізнесменів, оскільки завдяки ним, бізнесу не потрібно винаймати приміщення, що значно економить кошти, окрім цього, вони охоплюють значно більшу аудиторію, оскільки немає потреби бути фізично присутнім у магазині, щоб ознайомитися та придбати товари та послуги.

Активність користувачів у соціальних мережах залежить і від часу. Вчені з Індонезії Ріско Вахід та Мухаммад Вадуд провели дослідження, щоб визначити найкращий час та день для публікації контенту, щоб він в свою чергу отримував максимум охоплення та взаємодій з цільовою аудиторією сторінки [7]. Науковці довели, що опублікований контент у будні дні, отримує більше взаємодій, ніж контент, що публікувався в вихідні дні. Причиною цього може бути те, що у вихідні дні люди їздять кудись на відпочинок, та не мають змоги часто переглядати соціальні мережі, а у будні дні, коли люди перебувають на навчанні та роботі, цей час знаходиться, та у перервах між заняттями чи роботою, вони переглядають стрічки соціальних мереж та взаємодіють із контентом. Щодо часу доби, то дослідження індонезійських вчених показує, що найкращим часом для публікації контенту є час сніданку та обіду, саме в ці години генерується найбільше вподобань та коментарів.

Формулювання цілей статті

Метою роботи є: створення унікальної блок-схеми алгоритму дій, що допоможе розвивати сторінку у соціальній мережі Instagram, визначення лімітів взаємодій, що допоможе уникнути блокування сторінки та проведення дослідження у визначенні оптимального часу для публікацій.

Виклад основного матеріалу

Ключовими фігурами у соціальній мережі Instagram є комерційні сторінки, що поширюють свій товар і послуги, та сторінки простих користувачів, що взаємодіють між собою. Чимало людей вирішують відкривати свої крамниці у цій соціальній мережі, адже це дає змогу поширювати свої товари та послуги на більшу цільову аудиторію, ніж фізичний магазин. Але у багатьох людей немає розуміння того, як правильно популяризувати контент, і вони ігнорують усі, на перший погляд, незначні функції Instagram, що насправді сприяють розвитку сторінки. Усі дописи, що публікують користувачі, можна поширювати у чотири інші соціальні мережі (рис.1).

Список соціальних мереж, у яких можна поширювати дописи з сторінки Instagram, відрізняється в залежності від регіону де було зареєстровано профіль. Для України доступні Facebook, Twitter, Tumblr та російська соціальна мережа OK.Ru, що заблокована на території

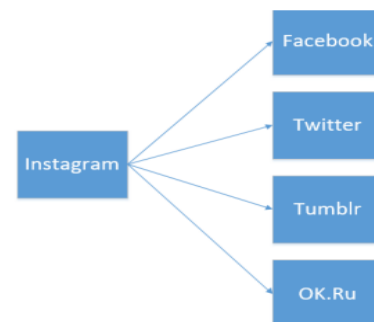


Рис. 1. Наявні соціальні мережі для поширення контенту через меню створення допису

України. Якщо користувачу необхідно поширювати контент у соціальні мережі, що популярні в інших країнах, то для цього потрібно через налаштування змінити регіон, і тоді у списку соціальних мереж для поширення появиться та соціальна мережа, яка популярна у певній країні. Поєднати соціальні мережі з Instagram можна через налаштування та через меню створення допису. Після під'єднання усіх необхідних профілів, користувач зможе поширювати дописи у них натискаючи лише на потрібну назву, після опублікування у Instagram, допис появиться і у всіх обраних соціальних мережах. У проаналізованій науковій роботі [6], було знайдено твердження, що опублікований допис бачить лиш 20% від користувачів, що підписані на сторінку, щоб показники росли, користувачі повинні взаємодіяти із дописом. У соціальній мережі Instagram є чотири основні типи взаємодії: вподобання, коментарі, поширення, збереження. Чим більше у допису взаємодій, тим більше користувачів його побачить, тому важливо заохочувати послідовників ставити вподобання та залишати коментарі під дописами, адже це основний рушій розвитку сторінки.

Загалом є чотири основні типи контенту, до них відносять: фотографії або графіка, відеозаписи, Stories та IGTV. Stories та IGTV віднесено до окремої категорії типів контенту, оскільки вони публікуються в інших вбудованих додатках. Сам контент складається з кількох складових. Обов'язковою частиною контенту є будь-який медіа файл, текст є додатковою складовою, яку не обов'язково додавати. Однак чим більше складових у дописі, тим краще з ним реагують люди, оскільки користувачі не лише дивляться на медіа файли, але й читають опис до контенту, щоб зрозуміти, що саме їм показують. В додатковому сегменті контенту, тобто в текстовому полі, у користувачів є можливість вказувати хештеги, що посприяють більшому охопленню цільової аудиторії, та позначати інших людей чи комерційні сторінки. На самих медіа файлах користувач може позначати людей, що дотичні до певної події. Формуючи контент, слід пам'ятати, що користувач повинен мати право на його публікацію, в разі якщо публікується зображення чи відеозапис іншої людини, оскільки є ризик отримати блокування сторінки через порушення авторського права. Для Уникнення порушень авторських прав, та за відсутності власних зображень, користувачі можуть звернутися до фото банків, де можна легально завантажити зображення без авторських прав. Прикладом такого фото банку може бути сервіс Unsplash.

Розвиток сторінки у соціальній мережі Instagram потребує постійного наповнення сторінки новим контентом. Великі перерви між публікаціями мають негативний вплив на сторінку, що призводить до занепаду та втрати послідовників. Щоб уникнути цього, важливо мати стратегію публікацій, тобто контент-план. Планування публікацій може охоплювати різний період, а у самій таблиці контент-плану потрібно вказувати ті дані, що знадобляться під час створення допису. Приклад таблиці планування контенту зображено на рис. 2.

| | A | B | C | D | E | F | G |
|----|--------|----------------|------------------|----------|-------|---------|----------|
| | Дата | Час публікації | Місце публікації | Тема/Тип | Текст | Хештеги | Геомітка |
| 1 | | | | | | | |
| 2 | 01.Гру | | | | | | |
| 3 | | | | | | | |
| 4 | 02.Гру | | | | | | |
| 5 | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | |
| 8 | 03.Гру | | | | | | |
| 9 | | | | | | | |
| 10 | 04.Гру | | | | | | |
| 11 | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | |
| 13 | 05.Гру | | | | | | |
| 14 | | | | | | | |
| 15 | 06.Гру | | | | | | |
| 16 | | | | | | | |
| 17 | | | | | | | |

Рис. 2. Приклад таблиці для планування публікацій

Сторінка, що має на меті розвиток та більше охоплення аудиторії, повинна використовувати усі функції соціальної мережі Instagram. Функція з геоміткою на фотографії надає контенту додаткові перегляди, саме тому потрібно її використовувати, адже тоді збільшується шанс на те, що висвітлену інформацію побачить цільова аудиторія та почне слідкувати за сторінкою.

Соціальна мережа Instagram у 2018 році надала можливість додавати до дописів альтернативний текст. Даний текст призначений для людей, що мають вади зору, і на даний момент цю функцію мало хто використовує, однак вона сприяє популяризації контенту. Щоб додати даний текст, при створенні допису потрібно натиснути «Розширені налаштування» та обрати «Альтернативний текст». З допомогою альтернативного тексту, допис отримуватиме додаткові перегляди, окрім переглядів, збільшується й шанс того, що даний допис попаде у рекомендації користувачам та висвітлюватиметься при запитах у пошуковій системі. Тим користувачам, що не вводять альтернативний текст, Instagram присвоює його автоматично, базуючись на аналізі фотографії, тому є ризик, що штучний інтелект не правильно зрозуміє зображення і прикріпить невідповідний текст. Даний спосіб широко використовується у SEO просуванні контенту, оскільки пошукові системи шукають за ключовими словами, тому даний спосіб популярний у людей, що

розуміють цю технологію.

Хештеги можна зустріти у більшості користувачів Instagram. Часто власники сторінок використовують хештеги, що не відповідають тематиці сторінки, такий підхід має негативний вплив на розвиток профілю. Варто зазначити, що використовувати потрібно лише ті хештеги, що близькі до теми сторінки і не варто зловживати їх кількістю, бо велика кількість може відштовхнути потенційну цільову аудиторію. Слід використовувати близько п'яти хештегів на допис.

Зараз у соціальній мережі Instagram популярним способом безкоштовно прорекламувати свою сторінку є перехід по будь-якому хештегу, що близький до тематики сторінки, та вподобання нових дописів користувачів, або написання їм коментарів чи підписки на них. Даний спосіб доволі дієвий, однак потребує багато часу і ризикований, оскільки в Instagram є ліміти на кількість взаємодій із користувачами. Перевищення цього ліміту призведе до обмеження взаємодій та при регулярному порушенні цього ліміту, призведе до блокування за спам. Було проведено визначення лімітів взаємодій з користувачами на годину, та загалом на добу. Отримані результати було поділено на кількість в годину та на добу (табл. 1).

Таблиця 1

Ліміти взаємодій із користувачами Instagram

| Тип взаємодій | В годину | На добу |
|--------------------------|----------|---------|
| Вподобання | 40 | 960 |
| Коментарі | 20 | 480 |
| Підписки на користувачів | 25 | 600 |

Перевищення зазначених лімітів може призвести до обмеження діяльності сторінки, а при регулярному порушенні, алгоритми Instagram розцінюватимуть дії як спам, і заблокують сторінку. Однак, при грамотному використанні даних взаємодій, сторінка може безкоштовно прорекламувати себе серед цільової аудиторії. Цей спосіб доволі популярний, серед нових користувачів і активно використовується для просування своїх товарів та контенту.

Час теж є важливим чинником у розвитку сторінки, адже діяльність користувачів варіюється в залежності від часу доби. У статистиці сторінки Instagram присутні дані, що допоможуть визначити найкращий час для публікацій, однак більш зручним візуально є сервіс KeyHole. Якщо сторінка вже має опубліковані дописи, то даний сервіс допоможе з аналізом взаємодій аудиторії із контентом та висвітлить найкращі дні та години для публікацій, щоб отримувати більше вподобань (рис. 3).

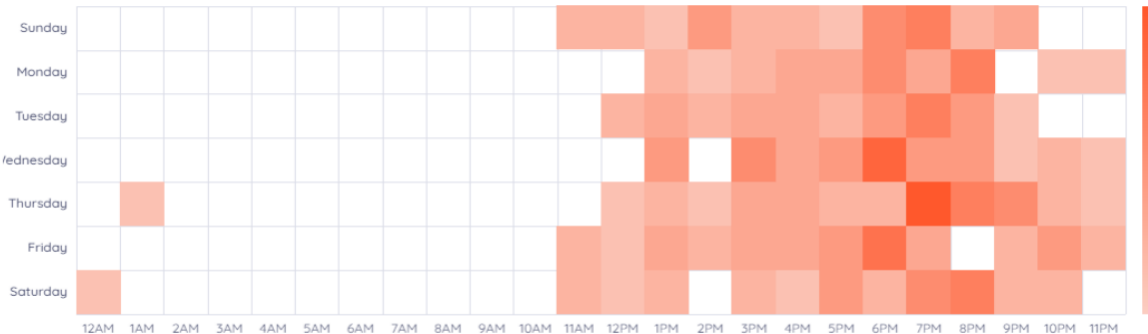


Рис. 3. Визначення найкращого часу для публікацій з допомогою сервісу KeyHole

Даний сервіс є умовно безкоштовним, однак пробна версія надає усю необхідну інформацію. Згідно із таблицею, що висвітлено на рис. 3, найбільш активними користувачі є о 19:00 в четвер, а найгіршим часом для публікацій є 12:00 та 23:00, на ці години припадає найнижча активність користувачів.

Знаючи усі основні правила оформлення дописів, користувачам соціальної мережі Instagram знадобиться певний алгоритм, що допоможе із розвитком сторінки. Було розроблено блок-схему алгоритму, на базі якої проводилися публікації та дослідження її дієвості (рис. 4).

Створена блок-схема алгоритму розвитку сторінки є універсальною, та не потребує відповідної тематики профілю, тому її можуть використовувати усі користувачі. Користуючись розробленою блок-схемою та даними, що отримано під час проведення аналізу літератури та досліджень, було проведено нове. У новому дослідженні було використано усі викладені в статті рекомендації та проведено публікацію кількох дописів у новоствореному профілі, щоб визначити дієвість розробленого комплексу.

Створюючи нові дописи для визначення дієвості комплексу заходів популяризації контенту, було використано різну кількість тематичних хештегів, деякі дописи мали 5, а декілька більше 10-и. Увесь створений контент поширювався у соціальну мережу Twitter. Зображення було завантажено із безкоштовного банку фотографій. Кожен допис мав власноруч написаний альтернативний текст та прикріплену потрібну геометку. Після публікації дописи декілька днів отримували взаємодії, і найпопулярніший допис потрапив у рекомендовані, оскільки отримав десятки тисяч охоплень профілів та сотні вподобань (рис. 5). Правильний та тематичний вибір хештегів посприяв тому, що було здійснено 11

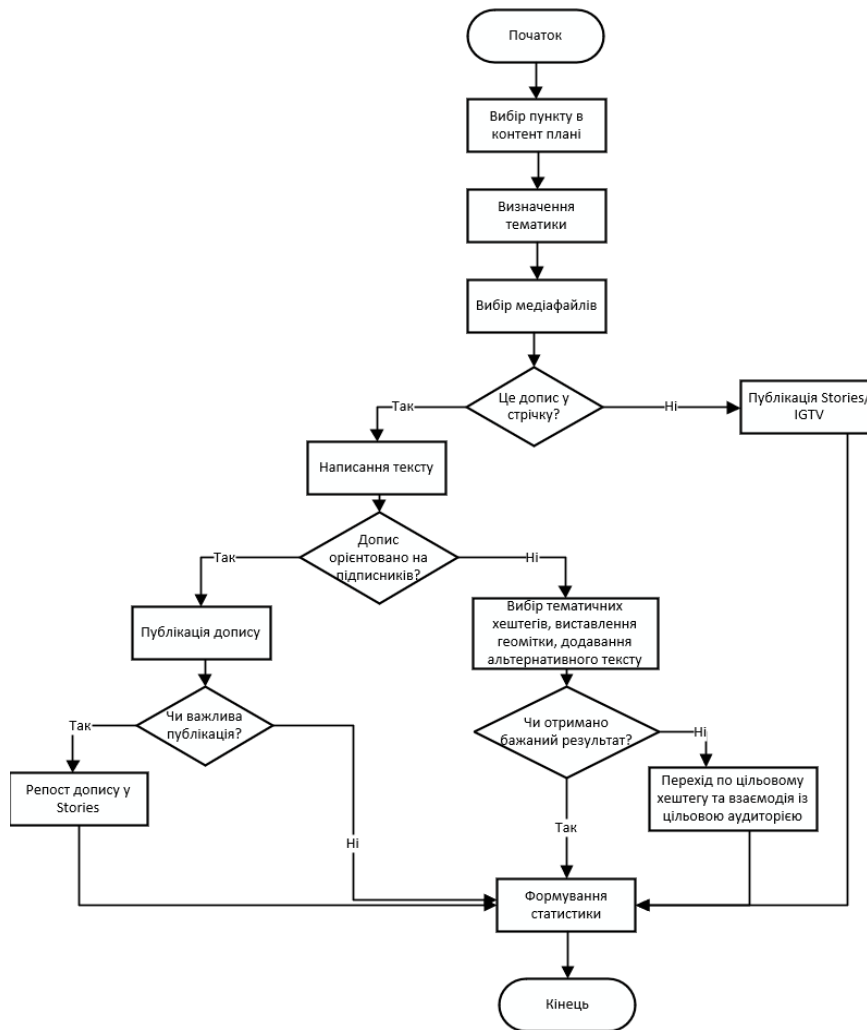


Рис. 4. Блок-схема алгоритму розвитку сторінки

З усіх користувачів, що побачили даний допис, лише 24 особи були послідовниками сторінки. У статистиці вказано, що найкраще спрацювали хештеги, однак серед джерел показів є «Інше джерело», до цієї рубрики можна віднести соціальну мережу Twitter, куди поширюється контент і користувачі звідти переходили в Instagram, та пошукову систему, де люди за ключовими словами могли натрапити на даний допис. Менш популярні дописи, що не попали в рекомендовані, отримували сотні переглядів. Таким чином, з допомогою цих простих кроків, щомісяця сторінка отримувала додатково тисячі переглядів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Соціальна мережа Instagram стала однією із найпопулярніших у світі. Багато людей по всьому світі створюють там сторінки з метою поширення своїх товарів та послуг. На заваді розвитку сторінки може стати нерозуміння правильного підходу до її ведення. Викладений у статті матеріал висвітлює розроблений комплекс заходів для безкоштовної популяризації свого контенту у соціальній мережі Instagram. Розроблена блок-схема алгоритму стане у нагоді будь-якій сторінці, вона є універсальною і не вимагає спеціальної тематики профілю. В середньому, за умови виконання усіх описаних кроків, користувач соціальної мережі Instagram отримуватиме декілька тисяч додаткових переглядів на сторінці, та збільшить шанси того, що контент попаде у рекомендоване.

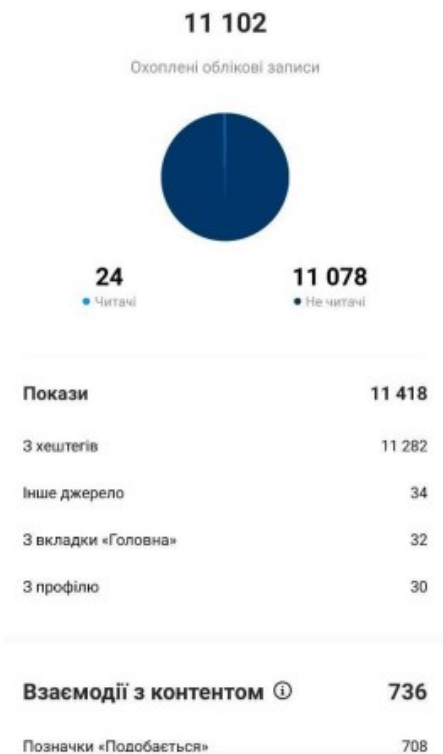


Рис. 5. Статистика найпопулярнішого допису

Література

1. Мар'їна О. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії [Електронний ресурс] / Олена Мар'їна // Вісник Книжкової палати. – 2012. – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkp_2012_8_8.pdf.
2. Коломієць Д. О. Дослідження впливу соціальних мереж на життя сучасної людини / Д. О. Коломієць // Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 23– 25 листоп. 2016 р. – Кропивницький : КНТУ, 2016. – С. 192.
3. Дмитришин Ю. Сервіси для вдосконалення та розвитку маркетингових комунікацій в соціальній мережі Instagram [Електронний ресурс] / Ю. Дмитришин, О. В. Марковець // Інформація, комунікація, суспільство 2020 : матеріали 9-ї Міжнародної наукової конференції, 2020. – 2020. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/52717>.
4. Черниш О. 3. Instagram в Україні росте швидше, ніж Facebook – дослідження [Електронний ресурс] / Олена Черниш // Громадський простір. – 2019. – Режим доступу : <https://www.prostir.ua/?kb=instagram-v-ukrajini-roste-shvydshe-nizh-facebookdoslidzhennya>.
5. Virtanen H. Follow for follow: marketing of a start-up company on Instagram [Електронний ресурс] / H. Virtanen, B. Peter, S. Elin // Journal of Small Business and Enterprise Development. – 2017. – Режим доступу : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSBED-12-2016-0202/full/html?skipTracking=true>.
6. Agung N. Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage [Електронний ресурс] / N. Agung, G. Darma // International Journal of Innovative Science and Research Technology. – 2019. – Режим доступу : <https://ijisrt.com/wpcontent/uploads/2019/03/IJISRT19JA125.pdf>.
7. Wahid R. Social media marketing on Instagram: when is the most effective posting timing? [Електронний ресурс] / R. Wahid, M. Wadud // EPRA International Journal of Multidisciplinary Research. – 2020. – Режим доступу : https://eprajournals.com/jpanel/upload/1016pm_54.EPRA%20JOURNALS4834.pdf.

References

1. Marina O. Biblioteki ta sotsialni media: tekhnolohiia vzaemodii [Elektronnyi resurs] / Olena Marina // Visnyk Knyzhkovoї palaty. – 2012. – Rezhym dostupu do resursu: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkp_2012_8_8.pdf.
2. Kolomiets D. O. Doslidzhennia vplyvu sotsialnykh merezh na zhyttia suchasnoi liudyny / D. O. Kolomiets // Aktualni zadachi ta dosiahnennia u haluzi kiberbezpeky : materialy Vseukr. nauk.-prakt. konf., m. Kropyvnytskyi, 23– 25 lystop. 2016 r. – Kropyvnytskyi : KNTU, 2016. – S. 192.
3. Dmytryshyn Yu. Servisy dlia vdoskonalennia ta rozvytku marketynhovykh komunikatsii v sotsialnii merezhi Instagram [Elektronnyi resurs] / Yu. Dmytryshyn, O. V. Markovets // Informatsiia, komunikatsiia, suspilstvo 2020 : materialy 9-yi Mizhnarodnoi naukovoї konferentsii, 2020. – 2020. – Rezhym dostupu do resursu: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/52717>.
4. Chernysh O. 3. Instagram v Ukraini roste shvydshe, nizh Facebook – doslidzhennia [Elektronnyi resurs] / Olena Chernysh // Hromadskyi prostir. – 2019. – Rezhym dostupu do resursu: <https://www.prostir.ua/?kb=instagram-v-ukrajini-roste-shvydshe-nizh-facebookdoslidzhennya>.
5. Virtanen H. Follow for follow: marketing of a start-up company on Instagram / H. Virtanen, B. Peter, S. Elin // Journal of Small Business and Enterprise Development. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSBED-12-2016-0202/full/html?skipTracking=true>.
6. Agung N. Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage / N. Agung, G. Darma // International Journal of Innovative Science and Research Technology. – 2019. – <https://ijisrt.com/wpcontent/uploads/2019/03/IJISRT19JA125.pdf>.
7. Wahid R. Social media marketing on Instagram: when is the most effective posting timing? / R. Wahid, M. Wadud // EPRA International Journal of Multidisciplinary Research. – 2020. – https://eprajournals.com/jpanel/upload/1016pm_54.EPRA%20JOURNALS4834.pdf.

Рецензія/Peer review : 26.01.2022 р.

Надрукована/Printed : 27.02.2022 р.