

Окремо слід зосередити увагу на критеріях оцінки ефективності заходів антикризового управління. Виходячи з сутності досліджуваного поняття, такими критеріями мають бути не лише поліпшені до задовільного рівня фінансові показники діяльності підприємства, але й забезпечення розвитку підприємства, його ефективності та досягнення бажаного власником рівня ефективності використання ресурсів. Лише в такому випадку цілі антикризового управління підприємством можна вважати досягнутими, а процедуру управління ефективною.

Література:

1. Дмитрієв І. А., Близнюк А. О., Онісіфорова В. Ю. Управління економічною безпекою автотранспортного підприємства: монографія. Харків: ХНАДУ, 2014. 216 с.

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Валінкевич Н.В., проф.

Черніцька А.О., магістр

Поліський національний університет

Важливою складовою будь-якого бізнесу є реклама. Класична реклама на телебаченні, радіо вже майже втратила свою ефективність. Товари та послуги потребують висвітлення, інакше про них не дізнаються потенційні покупці. Для проведення ефективної реклами варто приділити увагу Інтернету, а саме мережі Instagram. Просування товарів та послуг таким способом є актуальним в наш час, так як дана мережа щодня об'єднує більше 300 млн. користувачів. Але тільки правильне використання Інтернет-реклами допомагає досягати результатів. Більшість користувачів не знають, що на даному ресурсі відпрацьовані певні правила і принципи просування продукції.

Яку вигоду Instagram приносить бізнесу? Як правило, підвищення впізнаваності. Цей процес включає в себе три особливих складових:

- «по-перше – класний контент. Це основа Instagram» [1,с.9]. Креативні і надихаючі фото і відео здатні залучати нову аудиторію;

- «по-друге, правильні хештеги. Це головний інструмент пошуку і навігації в Instagram» [1,с. 9]. На сьогоднішній день ця соціальна мережа одна із небагатьох, де пошук інформації здійснюється за допомогою хештегів;

«по-третє, рекламні можливості соціальної мережі. Співпраця з лідерами думок (блогерами, селебритами, медійними особистостями), просування постів і таргетована реклама дадуть максимальне охоплення, допоможуть скоріше просувати бренд» [1,с.9].

Instagram – це соціальна мережа не для продажів, тому одразу отримати дохід неможливо. Однак формувати попит і стимулювати просування своїх товарів і послуг можна і потрібно за допомогою цієї унікальної соціальної мережі. Інтернет-маркетинг в Instagram починається зі створення акаунта. Щоб обрати потрібний для бізнесу тип акаунта, варто детально розглянути кожен з

них. Перший тип – це магазин. «Як правило, це сторінки-вітрини, де немає необхідності публікувати особисті фотографії, фотозвіти про робочі будні і т.д.» [2,с.11]. Пов'язуючи себе підпискою з таким акаунтом, потенційні покупці очікують інформацію про товари або послуги, а також про проведення різних акцій. Наступний тип акаунта – це паблік. «Фактично паблік представляє собою онлайн-журнал, який, тим не менше, може працювати на цілі вашого бізнесу» [2,с.14]. Він може висвітлювати будь-яку тему, а також виконувати функцію формування відносин і представлення товарів чи послуг в очах потенційних покупців. Варто виділити ще один тип акаунта. Це – бренд акаунт. Такий тип підходить вже відомим брендам і існує для підтримки лояльності аудиторії у впізнаваності в Instagram.

Вибравши тип профілю, варто перейти до створення бізнес-акаунта. Для цього необхідно «наявність офіційної сторінки компанії на Facebook і її інтеграція зі сторінкою в Instagram, а також не менше 40 публікацій в стрічці» [3,с.19]. Виходячи з цього слідує, що комерційний профіль для ведення Інтернет-маркетингу в цій соціальній мережі підходить більше, ніж звичайний профіль Instagram-користувача.

Після створення профілю, необхідно повернутися до складових підвищення впізнаваності. Як було сказано раніше, перше що потрібно – оригінальний контент. Тут важливо враховувати ряд особливостей. Коли потенційний покупець заходить на сторінку, він повинен побачити речі, які його цікавлять, щоб підписатися на профіль. Це візуально красивий контент і інформація в профілі. Важливим є: головне фото; назва та опис профілю; місто, в якому знаходиться компанія; посилання месенджер компанії. «Все разом це повинно виглядати презентабельно і давати чітке поняття про те, хто ви і чим займаєтесь» [3,с.18].

Наступна особливість підвищення впізнаваності і просування Інтернет-маркетингу в Instagram – підбір правильного хештегу. Щоб вони допомагали розвивати бізнес, в хештегу обов'язково потрібно вказувати назву товару чи послуги. Розміщувати їх необхідно в описі публікації профілю (3-5 достатньо). «Хештеги важливі тим, що час від часу будуть з'являтися в стрічці, демонструючи його з різних ракурсів» [2,с.47].

Також підвищити популярність профілю здатні InstagramStories. Це можуть бути як прямі трансляції, відео по 10 секунд, так і фото з текстом. «Фішка формату в тому, що такі публікації зникають через 24 години, а отже, не займають місце у стрічці і дозволяють ненав'язливо спілкуватися з аудиторією на протязі всього дня» [1,с.52].

Отож, після створення акаунту варто залучити підписників. В даному додатку існує два методи залучення – природна та «накручена», тобто штучна. Мінусами штучного залучення є: небезпечність через можливе блокування акаунту та відписка через нецікавий контент для певних людей; витрачання зайвих коштів на платну рекламу акаунта в соціальних мережах. «Природні» способи просування, які є безкоштовними: використання популярних хештегів; підписки та лайки; конкурси, знижки, бонуси. Таким чином, можна зробити

висновок, що Інтернет-маркетинг в Instagram – це діяльність в основному творча [4]. Дана соціальна мережа дозволяє самостійно просувати товари та послуги. Необхідно пам'ятати, що кожен із багатьох інструментів має ряд переваг, тому для досягнення більшого ефекту варто використовувати їх разом. Саме таким чином можна здійснити максимальний вплив на цільову аудиторію.

Література:

1. Instagram для бізнесу: 40 хаків і готових рішень. М.: Інтернет-маркетинг, 2017. С. 82.
2. Холмогоров В. Інтернет-маркетинг. Короткий курс. 2-ге видання. СПб.: Питер, 2012. С. 272.
3. Ingate Instagram: ефективне просування від А до Я. М.: Інтернет-маркетинг, 2014. С. 43.
4. Ingate Brand №1: як підвищити рівень впізнаваності в мережі. Інтернет-маркетинг, 2014. С. 21. : сайт URL: <https://promodo.ua/ua/blog/top-of-mind-4-sposoba-kotorye-pomogut-povysit-uznavaemost-brenda-v-seti.html#gref>

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗИ

*Васильєва М.О., асистент кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія*

На сучасному етапі розвитку економічної науки спостерігається тенденція постійного зростання масштабів і частки організаційно-управлінських новацій в загальному обсязі інноваційної діяльності підприємств. Цьому значно сприяє формування і розвиток в системі управління підприємств підсистем креативного менеджменту. Креативний менеджмент вже проявив себе як реальна галузь знань, більш того, він стає загальноновизнаним напрямком науки, як в теоретичному, так і в практичному плані.

Креативний менеджмент персоналу відображає специфічний аспект управління організацією в умовах непередбачуваності, нестандартних і кризових ситуацій.

Під креативним менеджментом розуміють ефективне управління можливостями організації та використання її потенціалу для досягнення поставлених цілей з використанням нестандартних творчих підходів.

Креативний менеджмент в буквальному сенсі "творчий, який утворює" передбачає управління творчим колективом. Складовими елементами системи креативного менеджменту є його цілі, суб'єкти, функції і методи, показники, комунікація та інформація.

Креативний менеджмент на підприємстві являє собою управління розробкою, прийняттям та реалізацією нестандартних управлінських рішень і організаційно-управлінських новацій в умовах невизначеності.

Для креативного менеджменту характерні [1,2]: