

врегулювання усіх аспектів застосування цифрової технології. Як індикатор даного параметру може використовуватись ступінь дозволених використання цифрової технології суб'єктом господарювання.

У якості методичного інструментарію оцінки готовності адаптації суб'єкта підприємництва до цифрової трансформації економіки пропонується використання стратегії оцінки доцільності адаптації до цифрової трансформації економіки, загальний вигляд якої подано на рис. 1.

Отже, наведений методичний інструментарій оцінки готовності адаптації суб'єкта підприємництва до цифрової трансформації економіки враховує ключові параметри діяльності суб'єкта підприємництва у призмі їх відповідності умовам цифрової економіки.

УДК 658.8:004.738.5.

О.В. Мороз, канд. екон. наук, доц. (*КрНУ, Кременчук*)

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНОЇ РЕКЛАМИ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ

Сьогодення характеризується високою конкуренцією на ринку, де кожен виробник прагне вивести свій продукт на передні позиції, а щоб цього досягти, використовуються різноманітні інструменти маркетингу, включаючи креативну рекламу. Цифрові технології в останні роки значно змінили спосіб спілкування та споживання продуктів та послуг. Вони відкривають нові можливості для бізнесу, включаючи нові методи маркетингу та реклами. Креативна реклама є одним з таких методів, який дозволяє брендам привернути увагу своєї аудиторії та збільшити конверсію.

Креативна реклама – це спосіб залучення уваги потенційних клієнтів, що заснований на створенні яскравого та запам'ятованого образу продукту чи бренду. Такий вид реклами вимагає нестандартного підходу до вирішення завдання та акцентується на творчості та оригінальності. Креативна реклама є ефективним інструментом у тих випадках, коли потрібно висвітлити якусь унікальну рису продукту або бренду, зробити акцент на нововведеннях, які відрізняють товар від конкурентів. Застосування креативної реклами дозволяє підвищити ефективність маркетингових кампаній та забезпечити позиціонування бренду в свідомості споживачів.

За допомогою цифрових технологій можна розробити креативну рекламу, яка максимально точно відповідає потребам та інтересам цільової аудиторії. Наприклад, використання аналітики дозволяє збирати дані про споживачів та їхні поведінкові та інтересні характеристики, що в свою чергу дозволяє створювати кампанії, що максимально спрямовані на конкретну аудиторію [1].

Одним із основних елементів креативної реклами є використання неочікуваних та нестандартних ідей та рішень. Це дозволяє залучати увагу та запам'ятовувати інформацію про продукт, оскільки люди більш схильні звертати увагу на незвичайні рішення. Також креативна реклама часто використовує гумор та іронію, що є ефективним способом розриву звичних схем мислення та привернення уваги. Окрім того, креативна реклама може бути використана для підвищення ефективності інших інструментів маркетингу. Наприклад, рекламна кампанія може використовувати контекстну рекламу, що співпадає з ідеєю креативної реклами, або використовувати соціальні мережі для розповсюдження відеороликів чи рекламних постів з нестандартним змістом.

Проведені дослідження щодо сприйняття споживачами креативної реклами показали високий результат її сприйняття. Згідно з дослідженнями, проведеними Kantar Millward Brown, споживачі позитивно сприймають креативну рекламу. Зокрема, рекламні ролики з високим рівнем креативності викликають більшу увагу, запам'ятовуються краще та спонукають до дії [2].

Цифрові технології дозволяють розробляти креативну рекламу, що максимально точно відповідає потребам та інтересам цільової аудиторії. Одним з найбільш ефективних інструментів креативної реклами в цифровому маркетингу є відео-реклама. Відеореклама дозволяє передати більше інформації про продукт, показати його в дії, створити емоційне зв'язок з аудиторією та запам'ятися їй. Крім того, цифрові технології дозволяють показувати відеорекламу на різних платформах, таких як YouTube, Facebook, Instagram та інші, залежно від цільової аудиторії [3].

Ефективним інструментом креативної реклами в цифровому маркетингу є інтерактивна реклама. Цей тип реклами дозволяє споживачам брати участь у взаємодії з рекламою, відчувати її більш особистою та більш ефективно запам'ятовувати інформацію про продукт. Наприклад, це можуть бути ігрові елементи в рекламі, де споживачі можуть отримати знижку на продукт або приз за успішну гру.

Креативна реклама є важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності бізнесу. За допомогою креативної реклами

можна створювати унікальні та запам'ятовуючі рекламні кампанії, які дозволяють привертати увагу аудиторії та відрізнити свій бренд від конкурентів. Крім того, креативна реклама допомагає створювати позитивне сприйняття бренду, залучати нових клієнтів та збільшувати лояльність вже існуючих.

Інформаційні джерела:

1. Чернієнко, О. І., Денисова, Т. В. Використання креативної реклами як засобу залучення споживачів в умовах діджиталізації маркетингу. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 34-37.

2. Advertising trends: How to win in a digital world
URL:<https://www.kantar.com/expertise/advertising-media-pr>

3. Trunina, O. Moroz, V. Herasymchuk, "Implementation of Marketing Tools in the Development of Industry 4.0," 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), 2021, pp. 1-6.

УДК 658.8

А.А. Пакуліна, канд. екон. наук, доц. (*ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, Харків*)
А.К. Дідик, здоб. вищої освіти (*ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, Харків*)

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОМПАНІЇ ЯК ЧАСТИНА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

На сьогоднішній день, українська економіка є у досить нестабільному положенні, через це, багато компаній ставлять перед собою завдання ефективного корпоративного управління. Відповідно, кваліфікована, активна та віддана робоча сила представляє таку ж конкурентну перевагу, як широкий асортимент продукції або якісне обслуговування.

Ефективне управління персоналом є важливою складовою корпоративної культури компанії. Коли організація володіє ефективною системою управління персоналом, вона може досягти високої продуктивності, залученості співробітників, зберегти таланти та підвищити конкурентоспроможність на ринку.

Однією з головних складових ефективного управління персоналом є розробка іміджу компанії як привабливого роботодавця. Коли компанія має позитивний імідж, вона залучає до своїх лав висококваліфікованих фахівців. Для досягнення цього метафорично говоря, компанія повинна