

## **НОВІТНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

## **НОВЕЙШИЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **THE MODERN METHODS TO IMPROVE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES**

**Анотація.** У статті розглянуто новітні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства в інтернеті, досліджено важливість створення власного сайту, реклама у пошуку Яндекс Директ та Google Adwords, а також користування послугами СРА-мережі, також, запропоновано додаткові підтримуючі заходи в рамках маркетингової комунікації в інтернеті.

**Аннотация.** В статье рассмотрены новейшие направления повышения конкурентоспособности предприятия в интернете, исследована важность создания собственного сайта, реклама в поиске Яндекс Директ та Google Adwords, а также пользование услугами СРА-сети, также, предложено дополнительные поддерживающие мероприятия в рамках маркетинговой коммуникации в интернете.

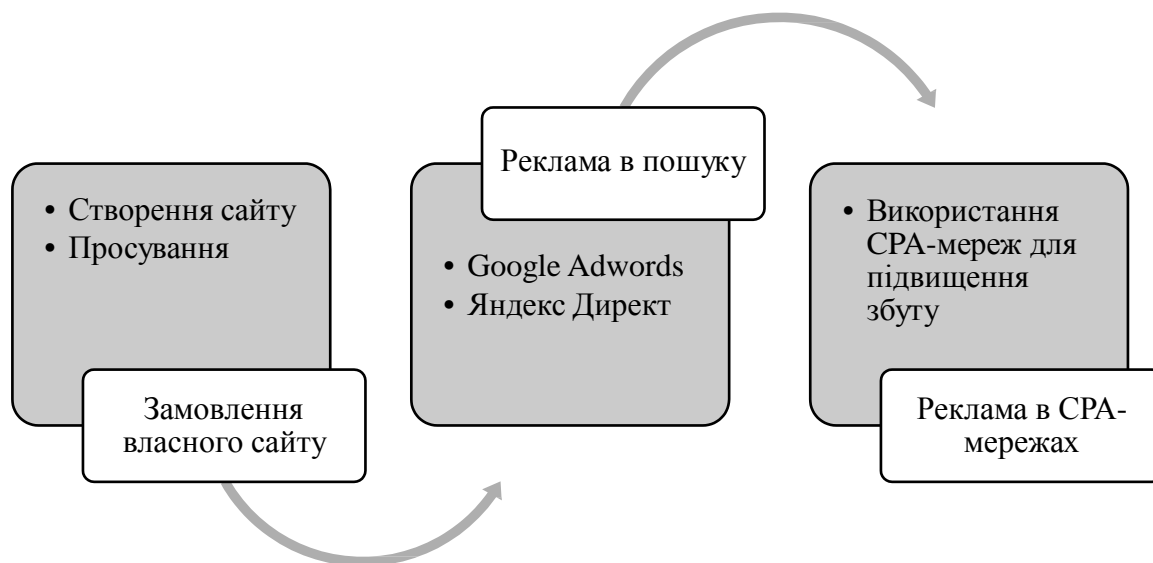
**Abstract.** The article examines the latest trends in increasing the company's competitiveness on the Internet, explored the importance of creating its own website, advertising in the search for Yandex Direct from Google Adwords, as well as using the services of the SRA network, and additional supporting activities in the frames of the marketing mapping on the Internet.

Актуальність теми полягає у тому, що в конкурентних умовах будь-який господарюючий суб'єкт для ефективного функціонування та оцінювання своїх майбутніх перспектив повинен постійно підвищувати рівень власної конкурентоспроможності. В той же час спостерігається твердий взаємозв'язок між рівнем конкурентоспроможності підприємства і рівнем його прибутковості. Отже, важливим завданням багатьох підприємств є забезпечення їх конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. Метою є дослідження новітніх методів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження. Важливим новітнім напрямом підвищення конкурентоспроможності підприємства є інтенсифікація маркетингової діяльності, а саме інтенсивне використання сучасних можливостей у мережі Інтернет для підвищення обсягу збуту.

Основним напрямками підвищення конкурентоспроможності підприємства в Інтернеті є розвиток маркетингових комунікацій підприємства через створення власного сайту та замовлення реклами у пошуку від рекламної мережі Яндекс Директ та Google Adwords, а також користування послугами СРА-мережі (рис.1).



**Рис.1. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства в Інтернеті**  
*Джерело: складено авторами*

Створення та просування власного сайту компанії є дуже важливим, так як формує її репутацію, адже клієнт може знайти всю необхідну інформацію про підприємство чи продукт (послугу) там, також на сайті можна робити онлайн замовлення, що в свою чергу підвищить обсяг збуту.

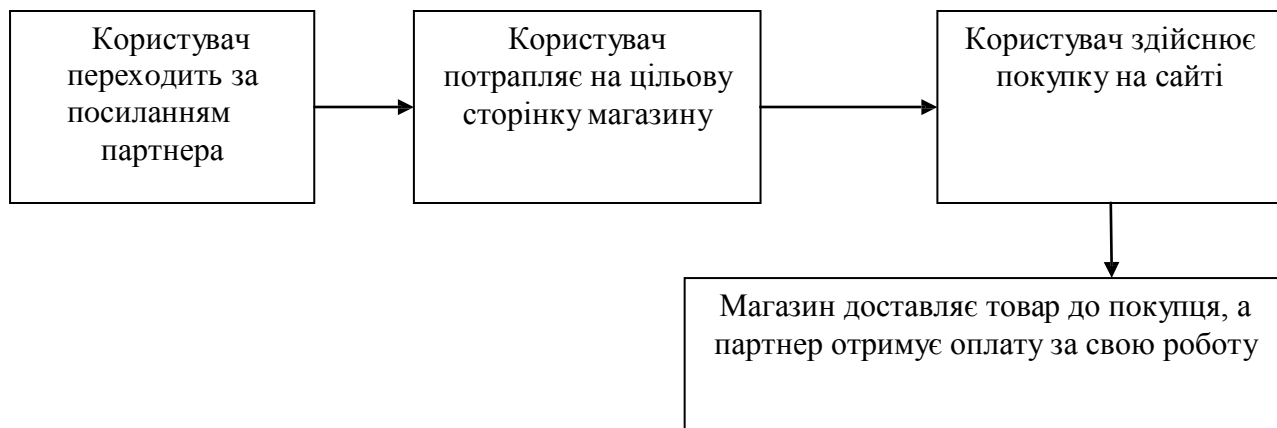
Щодо налаштування рекламних кампаній та оцінювання потенціалу їх проведення, то спочатку слід розібратися із Google Adwords. Першочергово потрібно створити акаунт Google Adwords, потім обираємо цільову аудиторію шляхом вибору місця розташування, мови потенційних клієнтів, а також демографічних показників (вік, стать), далі визначаємо бюджет рекламної кампанії. На наступному етапі встановлюється ціна за клік по рекламному повідомленню. При виборі рекомендованого варіанту «Автоматичне призначення ставок» вказується верхня межа ціни за клік, приміром, 5,56 грн., а система автоматично підбирає мінімально необхідну ціну за клік для показу рекламного оголошення на найкращій у кожному конкретному випадку позиції. При цьому фактична ціна за переходи в більшості випадків менше максимальної ціни і ніколи її не перевищує з групи, виявляючи при цьому найбільш ефективні. Потім необхідно створити рекламне оголошення (вказати заголовок, описати продукт і вказати адресу веб-сторінки, на яку перейде користувач, натиснувши на контекстне оголошення). Також на екрані налаштування кампанії слід спочатку ввести ключові слова. Аналіз різноманітних запитів дозволить виділити важливі слова, за якими слід проводити рекламування. Потім на заключному етапі рекламодавцеві необхідно вибрати спосіб оплати і ввести платіжні дані. По завершенні перевірки оголошення модератором проводиться оплата згідно з вимогами Google Adwords, і інтернет-реклама з'являється в мережі. [1].

Щодо реклами у мережі Яндекс. Основними можливостями є перегляд статистики пошукових запитів за місяць, вибір запитів, при яких буде показане рекламне оголошення, можливість скласти рекламний текст, можливість вибрати країну та місто, де мешкає потенційний покупець [4].

Оплата здійснюється за клік на оголошення, а не за його показ.

Також слід звернути увагу на ще один важливий інструмент, який набирає популярність в мережі інтернет, а саме на CPA-мережі. CPA-модель (з англ. Cost per Action-плата за дію) представляє собою оплату за конкретну цільову дію, яку здійснив реальний клієнт. Таким чином, рекламодавці відразу отримують зацікавлених клієнтів, які не

направляють грошовий потік від рекламного бюджету не в те русло. До того ж, рекламодавцю відкриваються широкі перспективи по сегментації клієнтів за допомогою вибору і налаштування цільових дій: наприклад, оплата може проводитися за заповнення анкети, підписки на каталог, здійснення покупки і всього іншого, що необхідно рекламодавцю.



**Рис. 2** Схема дії CPA-мережі

*Джерело: складено авторами*

Важливим є обґрунтування якісної програми CPA-мережі (рис.2).

Така програма буде дозволяти монетизувати сайт, контент, створений користувачами в соціальних мережах або онлайн-додаток, розміщуючи на сайтах вебмайстрів посилання на підприємство.

Починаючи процес реєстрації, веб-майстер заповнює і відправляє онлайн-заявку на сайт магазину. Той факт, що процес затвердження відбувається автоматично не означає, що рішення не може бути змінено пізніше.

Партнер в програмі не може створювати або розробляти свій веб-сайт або будь-якій іншій веб-сайт, який використовується, явно або неявно таким чином, який нагадує веб-сайт магазину підприємства.

Будучи членом CPA програми, у вебмастера буде доступ до менеджера партнерської облікового запису. Тут він зможе переглянути інформацію про програму та раніше опубліковані інформаційні бюлетені для партнерів, завантажити HTML-код (який містить посилання на веб-сторінки на веб-сайті магазину) і рекламні оголошення банерів, переглядати і отримувати коди відстеження для купонів і угод, щоб можна було точно відстежувати всі гостьові візити з сайту на сайт-магазину.

Магазин залишає за собою право в будь-який час перевірити місце розміщення і схвалити використання посилань та банерів, а також вимагати, щоб веб-майстер змінив їх розташування або використав їх відповідно до наданих рекомендацій.

Обслуговування та оновлення сайту буде відповідальністю вебмастера. Веб-майстер зобов'язаний повністю дотримуватися всіх права інтелектуальної власності та інших законів, які стосуються його сайту. У нього має бути спеціальний дозвіл на використання матеріалів, захищених авторським правом будь-якої особи, будь то лист, зображення або будь-яка інша інформація, що охороняється законом. Магазин не будемо нести відповідальність, якщо веб-майстер використовує матеріал, захищений авторським правом іншої людини або іншу інтелектуальну власність, в порушення закону або прав третіх осіб.

Веб-майстер може рекламувати свої власні веб-сайти, але, природно, будь-яке просування, в якому згадується назва магазину, може сприйматися громадськістю або пресою як спільне зусилля. Тому веб-майстер повинен знати, що певні форми реклами завжди заборонені. Наприклад, реклама, яка зазвичай називається «спам», є неприйнятною для магазину і може завдати шкоди його імені. Інші зазвичай заборонені форми реклами

включають використання комерційної електронної пошти (UCE), підписку в некомерційні групи новин і перехресні посилання в кілька груп новин одразу. Дозволяється використовувати розсилки клієнтам для просування сайту, якщо одержувач вже є клієнтом або передплатником послуг або веб-сайту, а одержувачі мають можливість відписатися від майбутніх розсилок. Крім того, веб-майстер може публікуватися в новинних групах для просування сайту магазину. Будь-які очікувані платежі не будуть виплачені, якщо обліковий запис веб-майстра буде закритий через неприйнятну рекламу.

В межах активізації маркетингової діяльності у мережі інтернет необхідно також запропонувати додаткові підтримуючі заходи.

Таблиця 1

**ПІДТРИМУЮЧІ ЗАХОДИ В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ**

Захід	Суть заходи
1	2
Налаштування системи Google Analytics і Яндекс Метрика	Підключення систем аналітики дозволить відстежувати ефективність кожного з маркетингових каналів підприємства. Це дозволить підвищити витрати по ефективним напрямкам і знизити витрати за напрямками, які не дають приросту в збуті.
Проведення онлайн навчання менеджера по роботі з покупцями	Проведення додаткового навчання менеджера по роботі з покупцями для підвищення його компетенції в питаннях управління комунікаційною діяльністю в інтернеті. Для цього слід використовувати матеріали у вільному доступі, а саме - матеріали Яндекс Директ і Google Adwords
Створити посадкову сторінку	Створити посадкову сторінку для тих користувачів, хто буде переходити на сайт за пропонуваними рекламними каналами. Це дозволить підвищити ефективність роботи всього сайту

*Джерело: складено авторами*

Також для підвищення ефективності інтернет-реклами, слід впровадити ряд підтримуючих заходів, які дозволять підвищити інформативність сайту і якість всього процесу. Слід зробити такі кроки (табл.1).

В процесі проведення діяльності в мережі інтернет важливо забезпечити належний збір статистики, що дозволить в подальшому отримувати необхідні числові дані для аналізу ефективності кожного з напрямків маркетингових комунікацій[3]. Без цього неможливо налагодити якісну роботу в мережі інтернет. Тому особа, яка займається налаштуванням сайтів, має підключити відповідні лічильники від Google Analytics і Яндекс Метрики. Тільки в такому випадку можна досягти позитивних результатів по комунікаційній діяльності в мережі.

Також, підтримуючим заходом є проведення додаткового навчання менеджера по роботі з клієнтами для того, щоб сформувати у нього розуміння особливостей роботи з інтернет-напрямком. Підвищення його компетенції дозволить отримати співробітника, який буде розуміти всі особливості цього процесу, а значить, забезпечить подальше підвищення ефективності і використання наявних резервів для збільшення обсягів виручки при зниженні витрат [2].

І останнє, слід створити посадкову сторінку, яка буде орієнтуватися на користувачів мережі інтернет. Така посадкова сторінка повинна враховувати, звідки саме прийшли користувачі, по якому саме рекламному оголошенню, що дозволить відразу пропонувати їм ту продукцію, яка їх цікавить.

Сукупність цих заходів забезпечить підвищення ефективності додаткових комунікаційних заходів, а завдяки цьому і зростання конкурентоспроможності.

Отже, інтенсивне використання сучасних можливостей у мережі Інтернет для підвищення обсягу збуту допоможе значно підвищити конкурентоспроможність підприємства.

## Література

1. Google Adwords [Електронний ресурс] – Офіційний сайт рекламної мережі Google Adwords – Режим доступу: <https://adwords.google.com>
2. Литюга Ю.В., Позняк С.В. Процесне управління ризиками розвитку підприємства як джерело його конкурентоспроможності / Литюга Ю.В., Позняк С.В. // Ефективна економіка, 2015. - № 9 – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4612>
3. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців.– Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
4. Яндекс.Директ [Електронний ресурс] – Офіційний сайт рекламної мережі Яндекс.Директ– Режим доступу: <https://direct.yandex.ru/>

УДК 330:341

**Олександра Мельникова**

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,  
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,  
[alx.melnikova@gmail.com](mailto:alx.melnikova@gmail.com)*

**Ірина Швець**

*студентка 5 курсу факультету економіки та управління  
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,  
[ipad111112@gmail.com](mailto:ipad111112@gmail.com)*

## УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

### УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

### MANAGEMENT OF CURRENCY VEHICLES IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

**Анотація.** В роботі розглянуто сутність і значення оборотних коштів в умовах інноваційного підприємництва. Розкрито основні аспекти завдання управління оборотними засобами інноваційно-активного підприємства

**Аннотация.** В работе рассмотрена сущность и значение оборотных средств в условиях инновационного предпринимательства. Раскрыты основные задания управления оборотными средствами инновационно-активного предприятия

**Abstract.** The essence and value of circulating assets in conditions of innovative entrepreneurship is considered in the work. The basic aspects of management of circulating tasks of the innovative active enterprise were revealed

Управління оборотними коштами підприємства є одним з найактуальніших завдань в умовах інноваційного підприємництва, адже швидкість обертання оборотних коштів є показником не лише ефективності їх використання, а й створює основу для реалізації концепції інноваційного підприємництва в сучасних умовах господарювання. Оборотні кошти мають величезне значення: вони формують частину продуктивного капіталу підприємства.

В загальному розумінні, оборотні кошти – це кошти підприємства, які авансуються у створення оборотних фондів та фондів обігу, вони переносять свою вартість на вартість продукції, що виробляється на підприємстві. Особливість функціонування оборотних коштів на підприємстві полягає в тому, що оборотні кошти функціонують на підприємстві в грошовій, продуктивній і матеріальній формі. Тому, управління оборотними коштами пов'язано з операційним циклом підприємства.

Управління оборотними коштами в умовах інноваційного підприємництва являє собою цілеспрямовану та систематичну діяльність, комплекс принципів, методів і способів, які