відновлення економічного потенціалу України [5].

Література:

1. Плиса В.Й. Страховий менеджмент : навч. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 378 с.
2. Плиса В.Й., Плиса З.П. Антикризове управління діяльністю страховика. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2010. Вип. 20 (3). С. 221-226.
3. Про страхування : Закон України від 18 листопада 2021 року № 1909-IX // База даних „Законодавство України" / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text (дата звернення: 01.03.2023).
4. Плиса В.Й. Зміцнення фінансової сталості підприємства. *Фінанси України*. 1998. № 5. С. 86-90.
5. Ременяк А.В. Антикризове управління фінансовою стійкістю страховика. *Проблеми розвитку страхування в Україні. Науковий студентський збірник.* 2022. Вип. 3. С. 148-153.

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИМСТВА

Согомонян А.К., здобувач вищої освіти на рівень PhD
Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасні українські автори зазначають, що «інтернет-маркетинг (internet marketing) є сукупністю заходів у всесвітній мережі «інтернет», спрямованих на привернення уваги потенційних споживачів до товару чи послуги, збільшення популярності цього товару (сайта) в мережі та його просування з метою продажу» [1]. Зараз інтернет-маркетинг у всьому світі є провідним засобом донесення головних ідей маркетологів, не зважаючи на сферу діяльності бізнесу. В Україні останнім часом з'являється все більше і більше маркетингових інтернет-агенцій, які не тільки спираються на досвід провідних маркетингових інтернет-компанії, але й генерують нові прогресивні digital знання. Інтернет-маркетинг посилює свій вплив та приходить на заміну традиційному, або, принаймні, забезпечує його цифрову складову. Він максимально повно, завдяки чіткому таргетуванню, налаштовується на цільову аудиторію й сприяє глобалізації та інтернаціоналізації ринків. Сучасні цифрові маркетингові технології дозволяють підприємству більш гнучко сприймати виклики від споживачів та інших факторів макросередовища. Таким чином, використання інструментів інтернет-маркетингу опосередковано сприяє впровадженню суб'єктом господарювання стратегічних змін у своєму розвитку.

Останні тенденції у світі інтернет-технологій та маркетингу, зокрема, спрямовані на використання таких інструментів, як гейміфікація, використання нейромереж, поглиблення занурення споживача у процес взаємодії з продуктом і/або ресурсом. Важливу роль в інтернет-середовищі займають соціальні мережі

та маркетинг у них (SMM), який сприяє вирішенню завдань щодо лідогенерації, генерування трафіку із соцмереж, формування та підвищення іміджу компанії, лояльності та впізнаваності бренду. Також активно увірвалися в інтернет-маркетинг Telegram-канали і канали на YouTube, що забезпечують левову частку медійного простору серед українського населення.

Нові українські реалії диктують нові умови гри на ринку, отже, саме інтернет-маркетинг є тим засобом, що здатен утримати на плаву бізнес у військовий час. Так, на думку [2], з початком війни український інтернет-маркетинг зазнав трансформацій, спрямованих на національну самоідентифікацію, популяризацію культури й підтримку віри у перемогу.

Література:

1. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. Вип. 24. С. 75-85.

2. Храпкіна В. В., Брюшко Н. О., Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Економіка та Суспільство*. 2022. Випуск 38. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-64.

СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ

Стогул К.М.
Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Вивчення кризових ситуацій в економіці є важливим і актуальним напрямом в економічній науці. Економічні кризи можуть чинити серйозний вплив на життя людей, бізнес-сектор і державу загалом.

Вивчення кризових ситуацій в економіці дає змогу:

– визначити причини кризових ситуацій і розробити заходи щодо їх запобігання. Аналіз причин і наслідків криз дає змогу поліпшити стратегії управління та приймати ефективні рішення в майбутньому, знижуючи ймовірність виникнення нових криз.

– розробити методи боротьби з кризами та пом'якшення їхніх наслідків. Вивчення криз допомагає поліпшити реакцію на економічні потрясіння, розробити програми зі стимулювання економіки та підтримки секторів, які перебувають у скрутній ситуації.

– зрозуміти взаємозв'язок різних секторів економіки та оцінити масштаб і глибину наслідків кризових ситуацій. Кризи в економіці можуть зачіпати безліч секторів економіки, і їхній аналіз допомагає оцінити масштаб і глибину їхнього впливу на економіку загалом.

– підвищити ефективність державного управління економікою і поліпшити політику регулювання економічних процесів. Вивчення кризових ситуацій дає змогу державним органам краще розуміти економічні процеси та розробляти відповідні заходи регулювання.