

підприємств, допомагає забезпечити точний облік господарських операцій. Він дозволяє автоматизувати процеси, ефективно керувати фінансами та допомагає приймати обґрунтовані рішення завдяки точній фінансовій інформації.

#### Література:

1. Кознова О. У Раді пропонують заборонити продаж «1С» та іншого російського ПЗ. URL: [https://biz.ligazakon.net/news/223047\\_u-rad-proponuyutzaboroniti-prodazh-1s-ta-nshogo-rosyskogo-pz](https://biz.ligazakon.net/news/223047_u-rad-proponuyutzaboroniti-prodazh-1s-ta-nshogo-rosyskogo-pz) (дата звернення: 18.11.2023).
2. Он-лайн бухгалтерія BOOKKEEPER SaaS. Програма для ведення бухгалтерського обліку / Офіційний сайт Компанії «BOOKKEEPER». URL: <https://bookkeeper.kiev.ua/pro-proekt/> (дата звернення: 18.11.2023).
3. Програма БукКіпер – для обліку та роботи бухгалтера-аутсорсера – BOOKKEEPER ОНЛАЙН БУХГАЛТЕРІЯ УКРАЇНИ. URL: <https://bookkeeper.kiev.ua/programma-bukkiper-dlya-obliku-ta-roboti-buhgaltera-aoutsorsera/> (дата звернення: 18.11.2023).

### УДК 339.138

*Фірчук Марія*

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*Рилєєв Сергій*

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри фінансів, обліку і оподаткування

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

м. Чернівці, Україна

## ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У СТАНІ ВІЙНИ, ПРОГНОЗИ НА МАЙБУТНЄ

Через значні події, які відбуваються в Україні, пов'язаними із російським вторгненням – значно послабило економіку. Причиною падіння економіки є руйнування вітчизняної бізнес-системи, які були залучені в експорті й не тільки. Попри втрати, власники бізнесу змогли оперативнo адаптуватися, тому більшість підприємств було перенесено в інші куточки нашої країни. Попередні роки показали нам, що довгострокове планування у теперішніх умовах стає все складнішим, але є необхідним завданням.

Розвиток цифрового маркетингу (ЦМ) є пріоритетним напрямком корпоративної маркетингової діяльності. Рентабельність інвестицій традиційних маркетингових методів і технологій з року в рік знижується порівняно з цифровими методами. Здавалося б випадковістю, але поява та розвиток епідемії та подальше посилення обмежень на offline-трансмisiю не тільки прискорили темпи оновлення маркетингових технологій, а й стали необхідністю та умовою виживання більшості суб'єктів господарювання [1].

Серед основних завдань (мети) ЦМ зазначимо наступні:

- підтримка іміджу бренду;
- підвищення пізнаваності бренду;

- підтримка виведення нових продуктів на ринок;
- стимулювання продажів бренду.

Розглянемо, що буде актуальним у 2024 році, перевагу яким маркетинговим інструментам краще віддати та як вибудувувати комунікацію з споживачем.

Адаптація. Для багатьох підприємств військове вторгнення РФ в Україну спричинило значну втрату ринків збуту, скорочення виробничих потужностей та економічну кризу в значну втрату ринків збуту, скорочення виробничих потужностей. Довелося адаптуватися до організованих ракетних обстрілів енергетичної інфраструктури, аварійних і планових відключень електроенергії на виробничих об'єктах і в точках збуту та необхідність адаптуватися до аварійних і планових відключень електроенергії в точках продажу. Однак інструменти ЦФ дозволяють компаніям продавати свою продукцію через інтернет-магазини, соціальні мережі та мобільні додатки використовувати додатки. Для будь-якого бізнесу вміння підлаштовуватися під не прогнозовані події дає змогу бути сильнішим на ринку, тоді ж можна побачити та закрити наявні запити споживачів.

Потреби споживачів. Покупці досить сильно переосмислили в потребах товарів, робіт та послуг. Значну перевагу віддають лише необхідним виробам на довгостроковий період. Аналізуючи ключові зміни у поведінці українських споживачів, чітко проглядається свідомий намір громадян підтримати країну та економіку, обравши товари локальних брендів. Для цього маркетингологи повинні враховувати зміни в ситуаціях споживання, середовищі та завданнях, які бренди допомагають вирішити. Продукти все ще можуть бути актуальними, але їх потрібно донести до споживачів інакше. Чудовий приклад для 2022 року – світлова гірлянда. Тепер це не тільки новорічна прикраса, а й альтернативне освітлення при відключенні електроенергії.

Діджиталізація брендів. Підприємства переживають важкі часи, оскільки зникають усі канали, безпосередньо пов'язані з «живими» подіями та виникають перешкоди для особистих зустрічей. Ті, хто раніше не стежив за соціальними мережами (наприклад, не мав сторінки у Facebook), швидше за все, думали про соціальний маркетинг, контент-маркетинг, SEO та запуск кампаній для впливових людей. Якщо особисте спілкування з клієнтами є нормою для конкретного бізнесу, ця адаптація може відкрити нові шляхи для побудови відносин через медіа та соціальні платформи, які користуються значною популярністю для реалізації бізнесу, адже не тільки споживачі віддають перевагу їм, через зручність застосування, а й підприємства, що допомагає швидко та якісно розвиватися та просувати нові тенденції [2].

Маркетингові інструменти. Їх можна поділити на:

- традиційні інструменти маркетингу до яких входять виставки, ЗМІ, індивідуальні зустрічі, екскурсії;
- інтернет-маркетинг: web-сайти, SMM, медійна реклама, тизерна реклама, вірусний маркетинг, e-mail.

Отже, ЦМ в умовах повномасштабного вторгнення в Україну виконує важливі функції, які спрямовані на різноманітність цільової аудиторії,

підтвердження комерційної надійності, підтримку та лояльність українського бізнесу, розвиток нових прогресивних маркетингових методів та інновацій.

Сьогодні дає змогу зрозуміти, що при плануванні потрібно заздалегідь розробити кілька варіантів покращення бізнесу, щоб бути готовим до різних ситуацій. Але ми віримо у свій досвід та експертизу, тому навіть якщо наші плани не здійсняться, а очікування споживачів зміняться, – 2024 рік все одно стане потужнішим для українського ринку. Бренди повинні знову зосередитися на тому, щоб принести користь споживачам.

#### Література:

1. Гноєвий В.Г., Корень О.М. Сучасні тенденції цифрового маркетингу та їх вплив на формування маркетингової стратегії. *Академічний огляд*. 2021. № 1 (54). URL: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2021/1/6.pdf> (дата звернення: 14.10.2023).
2. Поняття діджиталізації бізнесу: сфери і необхідність. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/business-digitalization.html> (дата звернення: 14.10.2023).

УДК 338.931

*Фоменко Денис*

докторант кафедри обліку і оподаткування  
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля  
м. Київ, Україна

### КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Для того щоб промислові підприємства були успішними на ринку, кожен підрозділ повинен працювати належним чином на досягнення як короткострокових, так і довгострокових цілей, тим самим визнаючи, що кожна людина і кожна діяльність впливають одне на одного. Це означає, що фокусування на короткострокових та довгострокових цілях підвищує цінність бізнес-процесів. У то ж час керівництво повинне розробити комплексну політику в області якості та ефективно її реалізувати [2]. Розробка політики в області якості повинна відбивати місію промислових підприємств, включаючи корпоративні цінності, очікування і спрямованість. Для цього потрібно наступне:

- врахування різних джерел інформації при розробці політики в області максимальної відповідності якості. Це включає в себе інформацію від клієнтів, працівників, постачальників, конкурентів, товариства та акціонерів;
- перетворення місії в її критичні фактори успіху для примусу та просування вперед, тобто необхідно розробити цілі і методи їх досягнення;
- визначення ключових показників ефективності, що піддаються кількісній оцінці показників успіху.