

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет
Українська асоціація розвитку менеджменту та бізнес освіти
Державний університет «Житомирська політехніка» (Україна)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Україна)
Західноукраїнський національний університет (Україна)
Зеленогурський університет (Польща)
Львівський державний університет внутрішніх справ (Україна)
Люблінська політехніка (Польща)
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
(Україна)
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Національний університет «Одеська політехніка» (Україна)
Одеський національний економічний університет (Україна)
Поморська вища школа в Старогарді Гданському (Польща)
Університет Догус (Туреччина)
Університет імені Коменського (Словаччина)
Університет Нортумбрія (Англія)
Університет Яна Кохановського (Польща)
Хмельницький національний університет (Україна)
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Україна)
Шаньдунський університет мистецтв (Китай)
Ясський технічний університет імені Георгія Асакі (Румунія)

МАТЕРІАЛИ

VIII Міжнародної науково-практичної конференції
«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНО-
ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ»



м. Вінниця

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет
Українська асоціація розвитку менеджменту та бізнес освіти
Державний університет «Житомирська політехніка» (Україна)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Україна)
Західноукраїнський національний університет (Україна)
Зеленогурський університет (Польща)
Львівський державний університет внутрішніх справ (Україна)
Люблінська політехніка (Польща)
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
(Україна)
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Національний університет «Одеська політехніка» (Україна)
Одеський національний економічний університет (Україна)
Поморська вища школа в Старогарді Гданському (Польща)
Університет Догус (Туреччина)
Університет імені Коменського (Словаччина)
Університет Нортумбрія (Англія)
Університет Яна Кохановського (Польща)
Хмельницький національний університет (Україна)
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Україна)
Шаньдунський університет мистецтв (Китай)
Яський технічний університет імені Георгія Асакі (Румунія)

МАТЕРІАЛИ

VIII Міжнародної науково-практичної конференції

«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ»

Вінниця

ВНТУ

2025

Ministry of Education and Science of Ukraine
Vinnytsia National Technical University
Ukrainian Association for the Development of Management and Business Education
Zhytomyr Polytechnic State University (Ukraine)
Vasul' Stus Donetsk National University (Ukraine)
State Tax University
Western Ukrainian National University (Ukraine)
Ivano-Frankivsk National Technical University of
Oil and Gas (Ukraine)
University of Zelena Hura (Poland)
Lviv State University of Internal Affairs (Ukraine)
Lublin Polytechnic (Poland)
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ukraine)
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
Odessa National Polytechnic University (Ukraine)
Odessa National Economic University (Ukraine)
Pomeranian Higher School in Starogard Gdański (Poland)
Dogus University (Turkey)
Comenius University in Bratislava (Slovakia)
University of Northumbria (England)
Khmelnysky National University (Ukraine)
Jan Kochanowski University (Poland)
Iasi Technical University named after Georgi Osaki (Romania)

MATERIALS

of the

VIII International Scientific and Practical Conference
**«MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL
AND INNOVATION-INVESTMENT PROCESSES IN UKRAINE»**

Vinnytsia

VNTU

2025

УДК [336+330.341.1] (477)

C89

Видається за рішенням Вченої ради Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України

Редакційна колегія: **І. Ю. Єпіфанова**, доктор економічних наук, професор,
В. В. Джеджула, доктор економічних наук, професор

C89 Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції 6-7 березня 2025 року : збірник наукових праць [Електронний ресурс]. – Вінниця : ВНТУ, 2025. – (PDF, 385 с.)

ISBN 978-617-8163-41-9

В матеріалах конференції висвітлено доповіді вітчизняних та іноземних науковців, які розглянуто на VIII Міжнародній науково-практичній конференції 6-7 березня 2025 року в м. Вінниця.

УДК [336+330.341.1] (477)

Роботи подаються в авторській редакції. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність інформації, яка наведена в роботах, та залишає за собою право не погоджуватися з думками авторів на розглянуті питання.

ISBN 978-917-8163-41-9

© Вінницький національний технічний університет,
укладання, оформлення, 2025

UDC [336+330.341.1] (477)

Published by the decision of the Academic Council of Vinnytsia National Technical University of the Ministry of Education and Science of Ukraine

Editorial Board: I. Yu. Yepifanova, Doctor of Economics, Professor,

V. V. Dzhedzhula, Doctor of Economics, Professor

Modern trends in the development of financial and innovation-investment processes in Ukraine. Materials of the VIII International Scientific and Practical Conference March 6-7, 2025: a collection of scientific papers [Electronic resource]. - Vinnytsia: VNTU, 2025. – (PDF, 385 p.)

ISBN 978-617-8163-41-9

The conference materials cover the reports of domestic and foreign scientists, which were considered at the VIII International Scientific and Practical Conference on March 6-7, 2025 in Vinnytsia.

UDC [336+330.341.1] (477)

The works are submitted in the author's edition. The editorial board is not responsible for the accuracy of the information, provided in the works, and reserves the right to disagree with the views of the authors on these issues.

ISBN 978-617-8163-41-9

© Vinnytsia National Technical University, 2025

**ПЕРЕЛІК ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ УСТАНОВ ТА ПІДПРИЄМСТВ,
СПІВРОБІТНИКИ ЯКИХ БРАЛИ УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ**

Вінницький національний технічний університет (Україна)
Академія економічних наук Молдови (Молдова)
Акціонерне товариство «Креді Агріколь Банк» (Україна)
Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ (Україна)
Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова (Україна)
Відокремлений структурний підрозділ «Ірпінський фаховий коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України» (Україна)
Відокремлений структурний підрозділ Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу Уманського національного університету садівництва (Україна)
Вінницький технічний фаховий коледж (Україна)
Волинський національний університет імені Лесі Українки (Україна)
ВСП «Інститут інноваційної освіти Київського національного університету будівництва і архітектури» (Україна)
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)
Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України» (Україна)
Державний біотехнологічний університет (Україна)
Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки (Україна)
Державний податковий університет (Україна)
Державний університет "Київський авіаційний інститут" (Україна)
Дніпропетровський науково-дослідний інститут судових експертиз (Україна)
Донбаська державна машинобудівна академія (Україна)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Україна)
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (Україна)
Інститут кліматично-орієнтованого сільського господарства НААН України (Україна)
Київський інститут бізнесу та технологій (Україна)
Київський національний університет будівництва і архітектури (Україна)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького (Україна)
Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)
Міжрегіональна академія управління персоналом (Україна)
ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
Український державний університет науки і технологій (Україна)

Навчально-науковий інститут менеджменту і психології ДЗВО «Університет менеджменту освіти» (Україна)
Національний авіаційний університет (Україна)
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» (Україна)
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Україна)
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Національний університет «Одеська політехніка» (Україна)
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Національний університет «Чернігівська політехніка» (Україна)
Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого (Україна)
Одеський національний економічний університет (Україна)
ПВНЗ «Вінницький інститут конструювання одягу і підприємництва» (Україна)
Словацький технологічний університет (республіка Словаччина)
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка (Україна)
Сумський національний аграрний університет (Україна)
Українська державна льотна академія (Україна)
Український державний університет імені Михайла Драгоманова (Україна)
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини (Україна)
Уманський національний університет садівництва (Україна)
Університет економіки в Братиславі (Словацька республіка)
Університет Хайфи (Ізраїль)
Харківський національний університет внутрішніх справ (Україна)
Херсонський національний технічний університет (Україна)
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут (Україна)
Хмельницький національний університет (Україна)
Центральноукраїнський державний університет ім. Володимира Винниченка (Україна)
Центральноукраїнський національний технічний університет (Україна)
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького (Україна)
Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича (Україна)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Батанов Ю. О. ОРГАНІЗАЦІЯ СТАЛОГО ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ	17
Бірюк Д. О. ДО ПИТАННЯ ПОСИЛЕННЯ РОЛІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	19
Берега С. В., Берега А. С. СТРАХ ПЕРЕД ВТРАТАМИ ТА УПЕРЕДЖЕННЯ: ЇХНІЙ ВПЛИВ НА РІШЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ПРИ ОФОРМЛЕННІ БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТІВ	22
Булах І. І., Коротаєв А. І. ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	25
Воробієв І. О., Могильна Л. М. ФІНАНСОВІ ІНДИКАТОРИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	28
Калита Т. А., Ясенецький В. С. ПОДАТКОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ	31
Корольок Т. О., Зверев Ю. О. ФОНД ЛІКВІДАЦІЇ НАСЛІДКІВ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	34
Круглякова В. В., Ванцур С. О. ДЕРЖАВНІ ЦІЛЬОВІ ФОНДИ У СИСТЕМІ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	37
Молдаван Л. В. ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТНИХ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ.....	41
Підгурський Є. А. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	44
Попова О. Л. ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ АГРАРІЇВ У РАМКАХ САП ЄС: ОСОБЛИВОСТІ ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	46
Радченко О. Д., Мацибора Т. В., Малік Л. М. ВПЛИВ ВІЙНИ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	49
Руденко В. В. ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	52

Садчикова І. В., Євсієнко М. В. ІНФРАСТРУКТУРНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	55
Хохуляк О. О. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ПРОЕКТІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	58
Швець М. А., Попова Л. В. ОСОБЛИВОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ.....	60
Ivashkin D. CHALLENGES OF INNOVATION IMPLEMENTATION IN THE CONTEXT OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND ECONOMIC SUSTAINABILITY.....	62
Kichurchak M. THE IMPACT OF THE WAR ON THE STABILITY OF THE BANKING SYSTEM IN UKRAINE: ANALYSIS OF DEPOSIT DYNAMICS	65

СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Бержанір А. Л. СПІВПРАЦЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР ІЗ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	67
Білуха М.А. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН: ГАЛУЗЕВІ ТРЕНДИ ТА ГЕОПОЛІТИЧНІ ВИКЛИКИ.....	69
Болотнов Д. Г. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	72
Бондар Ю. А., Мірошніченко І. С. ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	76
Вербицька Г. Л. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	79
Вожегова Л. СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	81
Гук О. В., Руденко О. О. ІННОВАЦІЙНЕ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	83
Дідковська Л. І. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗРОШУВАНОВОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА.....	86

Заболотний Р. О. КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	88
Замазій О., Йохна В. ЗАВДАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ СЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ	91
Захарченко В. І., Буряченко М. В. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЖЕРЕЛ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	94
Каспирович А. В. МОДЕЛЬ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОПЕРАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	96
Краєвська А. С., Киса О. В. КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМПЕТЕНЦІЇ КЕРІВНИКІВ ВІДДАЛЕНОЇ ТЕХНІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ІТ-ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ	99
Краєвський А. В. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЛОГІСТИКА	101
Марчишинець С. М. ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	104
Метанчук Б. Р.ЗАХОДИ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	107
Михальчишина Л. Г. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ	109
Носова Н.І. ВПЛИВ ОНОВЛЕННЯ ПАРКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ	111
Причепа І. В., Причепа В. О.ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА УМОВ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	114
Савчук О. О. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ПРАВОВІДНОСИНАХ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ І ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ.....	117
Самойлов О. О., Самойлова І. І. НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МІСТА.....	119

Черкасова Т. І., Талах О. М. ФОРМУВАННЯ ДИНАМІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	121
Шурпенкова Р. К. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОНКУРЕНЦІЇ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ГАЛУЗІ	123
Bashynskyi I. THE ROLE OF SMARTIZATION IN SHAPING THE COMPETITIVENESS OF SMES	126
Kulinich O.A., Kotko Ya.M. FORMATION OF COMPETITIVE INNOVATION POTENTIAL OF UKRAINIAN ENTERPRISES	128
Liu Weijia PROJECT MANAGEMENT OF INNOVATIVE CONSTRUCTION ENGINEERING INSPECTION TECHNOLOGIES AND TESTING IN GUANGDONG PROVINCE	131
Kuzmak O., Kuzmak O. GREENWASHING AS A CHALLENGE TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT: IMPACT ON BUSINESS COMPETITIVENESS.....	133

СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Бицюра Ю. В. ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ НЕРАЦІОНАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ІНВЕСТОРІВ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ	136
Волок Р. В., Тарасенко А. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ КРЕДИТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БАНКУ	140
Волосов А. М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ В ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ	143
Гораль Л. Т., Хом'як О. В. ІНВЕСТИЦІЙНІ РИЗИКИ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПОСТВОЄННІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	146
Дзісь В. Г. ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	149
Залізна Л. В., Луговський С. В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ МІЖНАРОДНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНСЬКУ ЕКОНОМІКУ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	152
Зянько В. В., Вронський М. О. УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ СТАРТАПАМИ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	155

Лисенко А. М., Чадай Ю. В. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ЇХ СТРУКТУРА ЗА ВИДАМИ АКТИВІВ	158
Мельникова М. В. ПРО ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ПРОЄКТИ СМАРТ-ТРАНСФОРМАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ	161
Разумова Г. В., Солов'ян К. А. ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ТА ІНВЕСТИЦІЇ ЄС: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	163
Реус Р. В., Волошин С.П. РИЗИКИ ІНВЕСТУВАННЯ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ МАШИНОБУДУВАННЯ.....	165
Осадчий М. Л.МОДЕРНІЗАЦІЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЯК ШЛЯХ ДО ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ.....	167
Федяй Я. І. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	170
Ципліцька О. О., Снігова О. Ю. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ДОБУВНОЇ, МЕТАЛУРГІЙНОЇ ТА МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	172

СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД

Бержанір І. А., Скиба Г. І. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	175
Боровик П. М., Кисельов Ю. О., Рудий Р. М., Шемякін М. В. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОРЕНДОЮ АГРОЗЕМЕЛЬ НА РІВНІ МІСЦЕВИХ ГРОМАД.....	177
Буреннікова Н. В. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ SEE-УПРАВЛІННЯ: ОНОВЛЕНИЙ ПОГЛЯД НА КОНЦЕПЦІЮ COSO ТА SEE-РИЗИКИ	180
Дмитрик Л. О., Безсмертна О. В. УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПРИКЛАДІ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТП КРИВЕШКО».....	183

Завербний А. С., Залізна Л. В., Жук О. О. ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗУВАННЯ КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗА УМОВ ПОРТОВИХ ОБМЕЖЕНЬ ЕКСПОРТУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ У ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	185
Карпінський Ю. В., Сметанюк О. А. АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СТРАТЕГІЇ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ	188
Коваль Н. О., Пілявоз Т. М. ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	191
Корбут Д. В., Рудніченко Є. М. АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ПОДОЛАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ	193
Захарченко В. І., Моргун О. Ю. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ВАРІАНТІВ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ	196
Корнієнко А. М. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ НАФТОГАЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	199
Матюх С. А., Рудніченко Є. М. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ГОРИЗОНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ КРИЗИ.....	202
Нагорна І. І., Букань Л. В. ПРОГНОЗУВАННЯ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	204
Несен В. В. ДИСТРИБУЦІЯ ПОВНОГО ЦИКЛУ – СУЧАСНИЙ ТРЕНД РИНКОВОЇ ПОВЕДІНКИ ДИСТРИБУЦІЙНИХ ЛІДЕРІВ	208
Нестеренко І. В. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	212
Полінкевич О.М. СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ ЯК ЗАГРОЗА СТАЛОМУ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	215
Прокопів М. Ю., Шукліна В. В. ПРИНЦИПИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СКЛАДНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	217
Ратушняк О. Г. КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ В ПРОЄКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	219
Садіков О. О. СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ПРОБЛЕМ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	222

Сарахман О. М. ІМПЛЕТАЦІЯ ESG-СТАНДАРТІВ У ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ: ЕКОЛОГІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ	225
Скорупський К. С. СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	228
Стешенко Л. І., Савченко І. А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ З ОРІЄНТАЦІЄЮ НА ЕКОЛОГІЧНІСТЬ	231
Тарасюк О.В. ГІБРИДНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	234
Ткачук Л. М., Будківський О. О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	237
Філатова Л., Прадівляний М. Г. НЕЛІНІЙНИЙ РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК БАГАТОВЕКТОРНА МОДЕЛЬ БІЗНЕС-ТРАНСФОРМАЦІЇ В РОЗРІЗІ ТРАДИЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	239
Штанько Я. П. ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	242
Яблонський Є. П., Краєвська А. С. ГНУЧКІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ДО КРИЗОВИХ УМОВ.....	244
Якименко-Терещенко Н. В., Мала А. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	246
Bashynska I., Brylenko K. RISK MANAGEMENT MECHANISM FOR SKILLED WORKFORCE IN THE CONTEXT OF THE POST-WAR RECOVERY PERIOD.....	249
Blagodyr L. SUSTAINABLE FOOD SYSTEMS MANAGEMENT IN AGRI-FOOD COMPANIES: A CONCEPTUAL FRAMEWORK AND BUSINESS MODELS	252
Dovbniak N. RISK ANALYSIS OF SMARTIZATION OF BUSINESS PROCESSES IN THE CONTEXT OF POST-WAR RECOVERY	258
Dumanska I. THE ENVIRONMENTAL IMPLICATIONS OF ILLICIT TRADE NETWORKS IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SANCTIONS	260
Kolesov K. ASSESSMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE POST-WAR PERIOD.....	263
Kotko Ya. SUSTAINABLE DEVELOPMENT MANAGEMENT: CHALLENGES AND PROSPECTS IN THE POST-WAR PERIOD	265

СЕКЦІЯ 5. УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Адлер О. О. АЛГОРИТМ СИСТЕМНО-КОМПЛЕКСНОГО ОЦІНЮВАННЯ І МІДЖЕВОЇ СКЛАДОВОЇ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	267
Головчук Ю. О. КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ	270
Голуб В.В. ВИКОРИСТАННЯ UX ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	273
Гурська Л. Л., Сиротенко А.О. ОПТИМІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ БУЧАНСЬКОГО РАЙОНУ В УМОВАХ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ	275
Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	278
Маркова С. В., Маказан Є. В. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	281
Сметанюк О. А., Цісар Д. О. ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ ЦИФРОВИХ СТРАТЕГІЙ	284
Удова Л. О. РОЗВИТОК БІОЕНЕРГЕТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	286
Briukhno O., Kyriy V. OPTIMIZATION OF THE CAPITAL STRUCTURE OF ENERGY ENTERPRISES.....	289
Levkina R. V., Kotko Ya. M. INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE: CHALLENGES AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT	291
Liakh R. RESOURCE OPTIMIZATION STRATEGY CONSIDERING THE SPECIFICS OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE.....	293
Nechyporenko T. CRISIS MANAGEMENT OF AN ENTERPRISE IN TURBULENT CONDITIONS: THEORETICAL CONCEPTUALIZATION.....	295
Nederița A., Grabarovschi L. CONCERNS IN BUILDING AND USING INCENTIVE CAPITAL BY MOLDOVAN UNDERTAKINGS	298
Voloshchuk P. STRATEGIC APPROACH TO INTEGRATING SUSTAINABILITY INTO PROJECT MANAGEMENT IN AN ENTERPRISE	301

СЕКЦІЯ 6. ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА, ФІНТЕХ ТА ІТ-ІНСТРУМЕНТИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Ар'є Д., Бісікало О. В., Кветний Р. Н., Софіна О. Ю., Коцюбинський В. Ю. МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ ІГРОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ГРУП НА ПЛАТФОРМІ UNISPHERETM.....	303
Біловодська О. А., Пригара О. Ю., Хархардіна В. А. МАРКЕТИНГОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	307
Болдов А. А. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДІДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ	310
Букало Н. А. ДІАГНОСТИКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	312
Гараздюк В. В. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСНОМУ УПРАВЛІННІ ЗМІНАМИ ГАЗОВОГО СЕКТОРУ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ	315
Гораль Л. Т., Шмідт В. П. ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УПРАВЛІННЯ ГАЗОВИМИ МЕРЕЖАМИ	317
Дмишко Я. Г. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ БАНКУ	320
Дюк Р. І. РОЗВИТОК ФІНТЕХ-ДОДАТКІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВИЙ РИНОК ...	322
Жаворонок А. В., Островський В. П., Гречка В. В. КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ.....	325
Заточня А. В. КОНЦЕПЦІЯ ШЕРІНГУ ЖИТЛА ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ РОЗВИТКУ	327
Кветний Р. Н., Бородкін С. І. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ: АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ LASSO ТА ELASTIC NET ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ЧАСОВИХ РЯДІВ ..	330
Кіронда І. М., Терещук Д. В. ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ	334
Колодій А. В. ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ СВІТІ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	337
Кравченко В. І., Стукалова Ю. А. МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ КУРСІВ АКЦІЙ НА ФОНДОВІЙ БІРЖІ.....	340
Кукель Г. С., Вітвіцька Д. В. DIGITAL-МАРКЕТИНГ ЯК СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	342

Лепетан І. М. КІБЕРБЕЗПЕКА В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ ДАНИХ ПАЦІЄНТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	345
Лучик С. Д., Лучик М. В. КІБЕРБЕЗПЕКА У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	348
Нестеров М. С. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	351
Онишко С. В., Белінська Я. В. ДО ПИТАННЯ АСИМЕТРИЧНОСТІ ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФІНАНСОВУ СТАБІЛЬНІСТЬ.....	353
Рябокін М. В., Котух Є. В. RWA-ТОКЕНІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ ГРОМАД.....	356
Сак Т. В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	359
Столярчук Н. В. ІННОВАЦІЙНІ ФІНАНСОВІ МОДЕЛІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В АВІАЦІЙНУ ГАЛУЗЬ: КРАУДФАНДИНГ ТА DeFi	362
Трегубов О. С., Дороніна О. А. РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ.....	364
Юрчук Н. П. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	367
Burlay T. KEY SOCIAL CHALLENGES GENERATED BY DIGITALIZATION PROCESSES.....	370
Gryshova I, Gryshova R., Razghulina N. DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE AGRICULTURAL SPHERE AS INSTRUMENTS FOR SOCIAL REHABILITATION OF PEOPLE WITH DISABILITIES IN UKRAINE.....	373
Kuzmak O., Kuzmak O. FINANCIAL COMPLIANCE AS A TOOL TO ENSURE THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BUSINESS IN THE DIGITAL ECONOMY	376
Shyian A., Nikiforova L. FEATURES OF THE DIFFUSION OF SCIENTIFIC INNOVATIONS IN THE DIGITAL ECONOMY	379
Zomchak L., Seniv A. NAVIGATING CRISIS: LOGISTIC REGRESSION FOR PREDICTING BANK FAILURE IN WARTIME UKRAINE	381
Yehorova Yu. CURRENT LEVEL OF NETWORK READINESS OF THE UKRAINIAN ECONOMY	383

DIGITAL-MАРКЕТИНГ ЯК СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглядається digital-маркетинг як сучасна стратегія просування товарів і послуг у цифровому середовищі. Визначено ключові інструменти digital-маркетингу, такі як SEO, контент-маркетинг, соціальні медіа, email-маркетинг, контекстна реклама та аналітика даних. Окреслено переваги використання цифрових каналів для залучення та утримання клієнтів, а також підвищення впізнаваності бренду. Особливо увага приділяється персоналізації ролі, автоматизації маркетингових процесів та використанню штучного інтелекту для підвищення ефективності рекламних завдань. У висновках наголошено на важливості комплексного підходу до digital-маркетингу для досягнення бізнес-цілей.

Ключові слова: digital-маркетинг, контент-маркетинг, штучний інтелект, SEO, просування.

DIGITAL MARKETING AS A STRATEGY FOR THE PROMOTION OF GOODS AND SERVICES

Abstract

It is considered in the work digital marketing as a modern strategy for promoting goods and services in the digital environment. The key tools of digital marketing are identified, such as SEO, content marketing, social media, email marketing, contextual advertising and data analytics. The benefits of using digital channels to attract and retain customers, as well as increase brand awareness, are outlined. Particular attention is paid to personalization of the role, automation of marketing processes and the use of artificial intelligence to increase the effectiveness of advertising tasks. The conclusions emphasize the importance of a comprehensive approach to digital marketing to achieve business goals.

Keywords: digital marketing, content marketing, artificial intelligence, SEO, promotion.

Вступ

Сучасний світовий бізнес зазнає стрімких змін під впливом глобальної цифровізації. Цифровий маркетинг став одним із найважливіших інструментів просування товарів та послуг, що дозволяє підприємствам ефективно комунікувати з цільовою аудиторією та вибудовувати довгострокові відносини з клієнтами. В Україні ця тенденція набуває особливої актуальності у зв'язку з розвитком цифрових платформ, соціальних мереж та мобільних технологій.

Мета роботи полягає у дослідженні сутності та інструментів digital-маркетингу, визначенні його ролі у стратегії просування товарів та послуг у сучасних умовах розвитку цифрової економіки.

Результати дослідження

Digital-маркетинг охоплює широкий спектр інструментів та методів, спрямованих на просування товарів і послуг за допомогою цифрових каналів. До основних елементів відносять веб-сайти, соціальні мережі, пошукові системи, мобільні додатки, електронну пошту та інтерактивні платформи для комунікації зі споживачами. На відміну від традиційного маркетингу, цифровий підхід дозволяє значно точніше сегментувати аудиторію, персоналізувати пропозиції та в режимі реального часу відслідковувати ефективність комунікаційних кампаній.

Одним із ключових інструментів цифрового маркетингу є контент-маркетинг, який фокусується на створенні релевантного та цінного контенту для залучення цільової аудиторії. Його ефективність полягає у можливості одночасно формувати лояльність, експертність бренду та стимулювати продажі. В Україні, зважаючи на зростаючий рівень користування соціальними мережами, контент-маркетинг стає незамінною складовою стратегії просування, особливо серед малого та середнього бізнесу [1].

Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, TikTok та YouTube, виступають не лише майданчиками для розважального контенту, а й ефективними інструментами просування продукції. Їх ключова перевага полягає у можливості формування чітко таргетованих рекламних кампаній, побудованих на аналізі поведінкових факторів аудиторії. Для українських компаній особливе значення мають інструменти лідогенерації у Facebook та Instagram, оскільки вони дозволяють збирати базу потенційних клієнтів безпосередньо з платформи [2].

Важливим компонентом є пошукова оптимізація (SEO) та контекстна реклама, що забезпечує видимість бізнесу у пошукових системах. Ефективна SEO-стратегія дозволяє компаніям займати високі позиції у результатах пошуку за запитами потенційних клієнтів, що сприяє збільшенню органічного трафіку на сайт. Платна контекстна реклама у Google Ads дозволяє швидко залучити аудиторію за допомогою чітко налаштованих оголошень, які відображаються лише за релевантними запитами [3].

Значну роль у сучасному digital-маркетингу відіграє аналітика та робота з великими даними (Big Data). Ці технології дозволяють детально аналізувати поведінку користувачів, виявляти ефективні канали комунікації, визначати найбільш прибуткові сегменти аудиторії та оперативно коригувати стратегії. Поєднання інструментів аналітики з CRM-системами надає можливість створювати персоналізовані пропозиції та автоматизувати комунікацію з клієнтами [4].

У міжнародній практиці успішні компанії, такі як Apple, Starbucks та Nike, використовують концепцію omni-channel marketing, яка передбачає створення єдиного досвіду взаємодії зі споживачем через усі доступні цифрові та офлайн-канали. В Україні такий підхід лише набирає популярності, проте великі українські компанії вже починають інтегрувати свої онлайн-магазини з соціальними мережами, чат-ботами та програмами лояльності, створюючи повноцінні цифрові екосистеми для клієнтів [3].

Технологічний прогрес і зростаюча доступність інструментів та ресурсів digital-маркетингу значно спростили для українського бізнесу впровадження та реалізацію стратегій у цій сфері. Різноманітні можливості онлайн-реклами, пошукової оптимізації, маркетингу в соціальних мережах та платформ електронного маркетингу забезпечують необхідні інструменти для ефективного залучення та взаємодії з цільовою аудиторією. Таблиця 1 демонструє зміну активності у використанні цифрових маркетингових інструментів по Україні.

Дослідження, проведене Всеукраїнською рекламною коаліцією (ВРК) спільно з ІАВ Україна, свідчить про позитивну динаміку розвитку рекламного ринку у 2024 році, незважаючи на війну та економічні труднощі, що стоять перед галуззю. У порівнянні з 2023 роком загальне зростання ринку склало 29%, а його обсяг досягнув 54,3 млрд грн. Прогноз на 2025 рік демонструє подальше зростання – очікується збільшення ринку на 27%, до 69,2 млрд грн.

Таблиця 1

Динаміка використання цифрових інструментів маркетингу в Україні [5-6]

	2021 рік (млн грн)	2022 рік (млн грн)	2023 рік (млн грн)	2024 рік (млн грн)	2025 рік (прогноз, млн грн)
Всього ринок Інтернет-реклами	29 867,0	34 500,0	33 259,0	41 736,0	53 604,0
Digital (Internet) Media реклама	12 833,0	7 190,0	13 736,0	16 777,0	19 240,0
- Банерна реклама, rich media	4 780,0	3105,0	8500,0	9367,0	10 771,0
- Цифрове відео, вкл YouTube	6 053,0	2989,0	5236,0	7410,0	8469,0
Пошукова реклама	17 835,0	12 485,0	15 606,0	20 288,0	28 403,0
Інша цифрова реклама	693,0	346,0	398,0	477,0	621,0
Інфлюенсер маркетинг	494,0	198,0	408,0	510,0	612,0
Рекламний ринок, усього	52 419,0	25 106,0	42 045,0	54 334,0	69 151,0

Джерело: систематизовано авторами

Цифрові маркетингові інструменти приваблюють як бізнес, так і споживачів завдяки зручності створення та сприйняття рекламного контенту, можливості охоплення широких аудиторій із точним таргетингом, інтерактивності, швидкій оцінці ефективності та персоналізації пропозицій для клієнтів. Впровадження цифрового маркетингу в бізнес вимагає стратегічного підходу, що враховує переваги сучасних цифрових технологій та методів управління.

Підсумовуючи, варто зазначити, що ефективне використання digital-маркетингу залежить від комплексного підходу та глибокого розуміння поведінкових характеристик цільової аудиторії. Поєднання якісного контенту, правильно налаштованої реклами, ефективного SEO, аналітики та роботи з даними дозволяє створювати стійкі конкурентні переваги та забезпечувати довготривалий успіх на ринку.

Висновки

У сучасному світі digital-маркетинг є одним із найпотужніших інструментів для просування товарів і послуг. Його ефективність ґрунтується на комплексному підході до комунікацій, персоналізації контенту і здатності миттєво отримувати зворотний зв'язок від споживачів. В Україні цей напрям продовжує стрімко розвиватися, використовуючи найкращі світові практики, адаптовані до специфіки локального ринку. Однак українські компанії стикаються з певними викликами, серед яких можна виділити недостатнє застосування аналітичних інструментів, обмеженість бюджетів для реклами та низький рівень цифрової грамотності окремих підприємців. Лише подолавши ці перешкоди та впровадивши ефективні та цілісні цифрові стратегії, український бізнес зможе успішно конкурувати як на національному, так і на глобальному рівнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Головчук Ю.О., Дибчук Л.В., Середницька Л.П. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. *Економіка та держава*. 2022. №4. С. 69-71.
2. Уголькова О.З. Цифровий маркетинг та соціальні мережі. *Менеджмент та підприємництво в Україні*. 2021. №3(1). С. 146-149.
3. Братко О.С., Саламон І.Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. *Економіка і організація управління*. 2022. №5. С. 80-84.
4. Обіход С.В., Матвеев М.Е., Бойко В.Д. Digital-маркетинг в умовах цифровізації сучасних бізнес-процесів. *Економіка та суспільство*. 2023. №50. С. 461-463.
5. Об'єми рекламного ринку. *Всеукраїнська рекламна коаліція*. URL: <https://vrk.org.ua/research.html> (дата звернення: 28.02.2025).
6. Ринок реклами в Україні 2024: на які інструменти компанії витратили найбільше грошей? *UAMASTER digital agency*. URL: <https://blog.uamaster.com/rynok-reklamy-v-ukrayini-2024-na-yaki-instrumenty-kompaniyi-vytratyly-najbilshe-groshej/> (дата звернення: 28.02.2025).

Кукель Галина Сергіївна – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Вітвіцька Дар'я Вікторівна – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: dashavtv@gmail.com.

Kukel Halyna S. – Cand. Sc. (Econ), Associate Professor at the Department of management, marketing and economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia e-mail : kukel@vntu.edu.ua

Vitvitska Daria Viktorivna - graduate of the first (bachelor) level of higher education, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: dashavtv@gmail.com.

Електронне наукове видання

МАТЕРІАЛИ
VIII Міжнародної науково-практичної конференції
«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТА
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ»
6-7 березня 2025 року

Збірник доповідей

Матеріали подаються в авторській редакції

Підписано до видання 10. 04. 2025 р.

Гарнітура Times New Roman.

Обсяг 5,7 Мб.

Зам. № P2025-064

Видавець та виготовлювач
Вінницький національний технічний університет,
Редакційно-видавничий відділ.

ВНТУ, ГНК, к. 114.

Хмельницьке шосе, 95,

м. Вінниця, 21021.

press.vntu.edu.ua,

Email: irvc.vntu@gmail.com.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.