МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ І АСПІРАНТІВ






**ISSN 3083-6557 print**

# НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

**Випуск 1 (51), 2026**

*Матеріали*
*Всеукраїнської науково-практичної конференції*
**“SCIENCE VISION 2035.**
**МОЛОДЬ ФОРМУЄ МАЙБУТНЄ”**

*26 березня 2026 р.*

Київ
2026

УДК 330-339; 321.7; 159.9
М58

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 5 від 29.04.2026)*

**Редакційна колегія:**

*С. В. Храпатий*, д-р фіз.-мат. наук, проф.
*К. В. Муравйов,* д-р юрид. наук, проф.
*Я. М. Раєвська,* д-р психол. наук, проф.
*С. О. Лисенко,* д-р юрид. наук, проф.
*Г. О. Братусь*, д-р екон. наук, проф.
*І. М. Капеліста,* канд. наук з держ. упр.
*Є. Я. Черняк,* координатор роботи НТСА МАУП у зв'язку з науково-дослідною частиною
*М. І. Данилюк*, голова НТСА МАУП, голова НТСА МАУП ін-ту психології та соціальних наук
*В. В. Карцева*, заступник голови НТСА МАУП, заступник голови НТСА МАУП ін-ту психології та соціальних наук
*М. Бабенко*, секретар НТСА МАУП
*А. Котляр*, голова НТСА МАУП Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу
*В. Грибенюк*, голова НТСА МАУП Навчально-наукового ін-ту безпеки
*О. Скарлат*, голова НТСА МАУП ф-ту дизайну
*А. Боженок*, голова НТСА МАУП ф-ту комп'ютерно-інформаційних технологій

*Матеріали подано в авторській редакції.*
*Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.*

**Міжрегіональна Академія управління персоналом.**

М58 Наукові праці МАУП / редкол.: С. В. Храпатий (голова) [та ін.]. Вип. 1 (51). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2026. 198 с. Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику висвітлено матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Science Vision 2035. Молодь формує майбутнє" (Київ, Міжрегіональна Академія управління персоналом, 26 березня 2026 р.).

Наведено тези доповідей учасників науково-практичної конференції МАУП з таких проблематик: молодіжні наукові візії розвитку сучасного бізнесу; психологія і соціальні науки майбутнього: молодь як рушій інновацій; роль молоді у забезпеченні безпеки та дотриманні прав людини в Україні; дизайн у контексті суспільних та технологічних трансформацій; сучасні цифрові виклики: доброчесність, ШІ та відкриті технології.

Для науковців, громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться висвітленими темами молодіжної науки в Україні.

*Видається з 2001 року.*
*Періодичність: 1 раз на квартал.*
*Засновник*: *ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом".*

**УДК 330-339; 321.7; 159.9**

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2026

***Д. Р. Горбулевич***
*Історичні аспекти виникнення штучного інтелекту* ..... *153*

***Є. В. Грігєрман***
*Цифрові маркетингові інновації у будівельній галузі* ..... *156*

***А. А. Жук***
*Академічна сумлінність: передумови недотримання та шляхи вирішення проблеми* ..... *158*

***Д. Зубар***
*Цифровий маркетинг у системі конкурентоспроможності бізнесу* ..... *161*

***Д. С. Кадочніков***
*Етичне використання штучного інтелекту та відкритих технологій у ВНЗ* ..... *163*

***Є. О. Кириленко***
*Управління штучним інтелектом у контексті торговельної політики та комерційної дипломатії* ..... *165*

***В. О. Ковтун***
*Роль штучного інтелекту у підвищенні ефективності публічного управління та забезпеченні державної безпеки* ..... *167*

***І. І. Колісник***
*Втілений інтелект: як ШІ переходить від алгоритмів до фізичних оболонок* ..... *169*

***Х. К. Кордулян***
*Цифрова трансформація фінансів як чинник розвитку сучасного бізнесу* ..... *172*

***О. А. Маширенко, Є. А. Летич***
*Штучний інтелект у модернізації публічного управління: можливості та виклики* ..... *174*

***В. С. Молоткова***
*Значення штучного інтелекту для сучасного бізнесу* ..... *176*

***В. Пащенко***
*Інформаційне забезпечення населення прифронтових територій як чинник соціально-економічної стабільності регіону* ..... *179*

***А. А. Поливана***
*Проблеми академічної доброчесності в епоху цифрових технологій* ..... *182*

***І. І. Попівчук***
*Академічна доброчесність як складова професійної підготовки майбутніх фахівців з публічного управління* ..... *184*

***Д. ЗУБАР***
*здобувачка третього курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність "Маркетинг",*
*ННІУЕБ, Міжрегіональна Академія управління персоналом*

*Науковий керівник*:
***І. І. КАЛІНА***
*д-р екон. наук, проф.*
*ННІУЕБ, Міжрегіональна Академія управління персоналом*
*ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5662-6967*

# ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

У статті досліджено роль цифрового маркетингу як важливого чинника підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах цифрової економіки. Проаналізовано основні інструменти цифрового маркетингу, зокрема SEO-оптимізацію, контент-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, таргетовану рекламу та аналітику даних. Узагальнено зарубіжний досвід використання цифрових технологій у маркетинговій діяльності та визначено їх вплив на формування конкурентних переваг підприємств.

У сучасних умовах глобалізації та цифровізації економіки підприємства функціонують у середовищі високої конкуренції, що вимагає використання новітніх маркетингових інструментів. Одним із ключових напрямів розвитку маркетингової діяльності є цифровий маркетинг, який передбачає використання цифрових каналів комунікації для просування товарів і послуг, формування бренду та взаємодії зі споживачами [1].

За даними міжнародного звіту DataReportal (2024), кількість користувачів інтернету у світі перевищила 5,3 млрд осіб, що становить близько 66 % населення планети. При цьому понад 4,9 млрд людей активно користуються соціальними мережами, що створює значний потенціал для розвитку цифрових маркетингових комунікацій [2].

Згідно з дослідженням компанії Statista (2025), глобальні витрати на цифрову рекламу перевищили 667 млрд дол. США, а до 2027 року можуть досягти 870 млрд дол., що підтверджує зростаюче значення цифрових каналів просування для бізнесу [3].

Важливу роль у формуванні конкурентоспроможності підприємств відіграють такі інструменти цифрового маркетингу:

- SEO-оптимізація — підвищує видимість компанії у пошукових системах;
- маркетинг у соціальних мережах — забезпечує взаємодію зі споживачами та формування лояльності до бренду;

- контент-маркетинг — сприяє формуванню довіри до компанії через створення корисного інформаційного контенту;
- таргетована та контекстна реклама — дозволяє точно визначати цільову аудиторію;
- маркетингова аналітика та Big Data — допомагають підприємствам приймати більш обґрунтовані управлінські рішення.

Зарубіжний досвід свідчить, що використання цифрових маркетингових технологій значно підвищує ефективність бізнесу. Так, дослідження McKinsey & Company показують, що компанії, які активно впроваджують цифрові маркетингові інструменти, можуть збільшити дохід на 15–20 %, а ефективність маркетингових кампаній — на 20–30 % [4].

У країнах Європейського Союзу цифровий маркетинг активно підтримується на державному рівні в рамках програм цифрової трансформації бізнесу. За даними Європейської комісії, понад 75 % малих і середніх підприємств ЄС використовують цифрові канали маркетингових комунікацій, що сприяє розширенню ринків збуту та підвищенню конкурентоспроможності компаній [5].

Таким чином, цифровий маркетинг виступає важливим інструментом формування конкурентних переваг підприємств. Використання сучасних цифрових технологій дозволяє компаніям ефективніше аналізувати поведінку споживачів, оптимізувати маркетингові стратегії та підвищувати результативність бізнес-процесів. У перспективі значення цифрового маркетингу буде зростати, що зумовлено розвитком штучного інтелекту, аналітики великих даних та персоналізованих маркетингових комунікацій.

**Джерела**


1. *Каліна І. І., Карбовська Л. О.* Маркетинг за сферами діяльності: підручник. К.: Інтерсервіс, 2024. 252 с.
2. DataReportal. Digital 2024 Global Overview Report. URL: https://datareportal.com
3. Statista. Digital Advertising Market — Global Forecast 2025. URL: https://www.statista.com
4. McKinsey & Company. The Future of Digital Marketing. URL: https://www.mckinsey.com
5. European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI). URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu