

відновлення / Я. В. Белінська, В. С. Ясенецький. Проблеми економіки. 2025. № 3 (65). С. 265–272. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2025-3-265-272>

3. Енергонезалежність та освіта: Шевченківська та Вознесенська громади відроджуються з USAID DOBRE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=F5aMyE-oz4E>

4. Стратегія соціально-економічного розвитку Шевченківської громади на 2024–2030 роки. Шевченківська селищна рада. 2025. 80 с. URL: [https://rada.info/upload/users\\_files/04375286/0e6ecf3e0fa0d23dd15c9d017e8345.pdf](https://rada.info/upload/users_files/04375286/0e6ecf3e0fa0d23dd15c9d017e8345.pdf)

5. Чотири роки повномасштабної війни: Олег Пилипенко розповів про те, якими вони були для Шевченківської громади. Новини-Н. 2026. URL: <https://novosti-n.org/ua/news/CHotyry-roky-povnomasshtabnoyi-vijny-Oleg-Pylypenko-rozpoviv-pro-te-yakymy-vony-buly-dlya-Shevchenkivskoyi-gromady-333282#image-1>

**Abstract:** *The paper analyzes the consequences of a full-scale war for the Shevchenko territorial community and examines the features of its post-war recovery in conditions of significant demographic and infrastructure losses. The key areas of development are characterized. The importance of a comprehensive approach to the formation of a sustainable post-war community is emphasized.*

**Keywords:** *community, consequences, recovery, energy sustainability, human capital, economic diversification.*

**Науковий керівник:**

**Горобченко О.А.,**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри економіки підприємств,*

*Миколаївський національний аграрний університет*

**УДК 339.138**

## **Використання сучасних методів реклами для реалізації продукції**

**Сакерін Сергій,**

*Здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»*

*Миколаївський національний аграрний університет*

*м. Миколаїв, Україна*

**Анотація:** *У роботі розглянуто особливості використання сучасних методів реклами для реалізації продукції в умовах розвитку цифрової економіки та зростання конкуренції. Проаналізовано роль реклами як важливого інструменту впливу на споживачів та формування попиту. Визначено основні сучасні*

*рекламні інструменти, зокрема інтернет-рекламу, соціальні мережі, таргетовану рекламу, контент-маркетинг та інші цифрові технології.*

**Ключові слова:** *реклама, інтернет-реклама, соціальні мережі, таргетована реклама, контент-маркетинг, цифрові технології, цільова аудиторія, конкурентоспроможність, просування продукції.*

У нинішніх умовах розвитку ринкової економіки, реклама посідає одне з перших місць у системі просування продукції та формування споживчого попиту. Вона є важливим інструментом комунікації між виробником і покупцем, надає інформування про товари та послуги, формує імідж підприємства і впливає на поведінку покупців та їх вибір у подальшому. У зв'язку з посиленням конкуренції на ринку роль реклами постійно зростає, оскільки самі яскраві та ефективні рекламні стратегії дозволяють підприємствам виділятися серед великої кількості аналогічних пропозицій і забезпечувати стабільний заробіток продукції. Швидкий розвиток інформаційних та цифрових систем змінив підхід до здійснення рекламної діяльності. Традиційні засоби реклами, такі як телебачення, радіо та друковані видання такі як газети, журнали, поступово витісняються сучасними інструментами, такі як використання сучасних технологій мережі Інтернету. Особливо важливими сьогодні стають соціальні мережі, контекстна і таргет реклама, відео-маркетинг, інфлюенс-маркетинг та інші сучасні підходи. Вони дають можливість точніше визначити цільову аудиторію, врахувати її потреби й інтереси, а також підтримувати зворотний зв'язок зі споживачами. Сучасні методи реклами характеризуються гнучкістю, швидкістю та ефективністю. Вони дозволяють підприємствам не лише поширювати інформацію про свою продукцію, а й відстежувати результати рекламних кампаній у режимі реального часу, змінювати підходи до просування та зменшувати витрати. Крім того, використання цифрових технологій дає можливість створювати більш персоналізовану рекламу, що значно підвищує її ефективність і вплив на споживачів. Актуальність цієї теми пояснюється тим, що в умовах цифровізації економіки та зростання конкуренції виникає потреба вдосконалювати підходи до реалізації та можливістю ефективного продажу продукції. Використання сучасних методів реклами допомагає підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність, розширити ринки збуту та збільшити обсяги продажів. Тому дослідження особливостей, переваг і практичного застосування новітніх рекламних інструментів є важливим як для економіки, так і для практичної діяльності підприємств.

Одним із найпоширеніших сучасних способів реклами є інтернет-реклама. Вона охоплює різні види, такі як контекстна та банерна реклама, SEO-оптимізація, просування в соціальних мережах і електронні розсилки. Завдяки цим інструментам підприємства можуть залучати велику кількість потенційних споживачів, а також більш точно визначити свою цільову аудиторію за допомогою цифрових технологій та аналітики. Це дає можливість не тільки привертати увагу до продукції, але й аналізувати поведінку користувачів і своєчасно коригувати рекламні кампанії для підвищення їх ефективності. [1] Особливу увагу на

сьогоднішній день слід приділяти соціальним мережам, які стали однією з найефективніших платформ для просування товарів і послуг. Такі платформи, як Instagram, Facebook, TikTok та інші, дають підприємствам можливість не лише розміщувати рекламні матеріали, а й активно взаємодіяти з потенційними та постійними клієнтами. Це відбувається через коментарі, особисті повідомлення, прямі ефіри, сторіс, відео-контент та інші формати, які забезпечують більш «живе» спілкування з аудиторією. Завдяки такій взаємодії підприємства можуть краще розуміти потреби своїх споживачів, отримувати зворотний зв'язок та відчувати зворотній зв'язок і реагувати на запити. Це, у свою чергу, сприяє формуванню довіри до бренду, підвищенню рівня лояльності клієнтів і зміцненню позитивного іміджу компанії на ринку. Крім того, регулярне ведення сторінок у соціальних мережах дозволяє підтримувати постійну присутність бренду в інформаційному просторі та нагадувати про свою продукцію. Такий підхід значно підвищує ефективність рекламних кампаній, зменшує витрати на їх проведення та сприяє збільшенню обсягів продажів. [2] Ще одним важливим сучасним методом реклами є контент-маркетинг, який полягає у створенні та поширенні корисного, цікавого й інформативного контенту для потенційних споживачів. Такий контент може мати різні форми: статті, відео, огляди продукції, інструкції, поради, публікації в блогах або дописи в соціальних мережах. Основна ідея контент-маркетингу полягає не лише в прямому просуванні товару, а у наданні цінної інформації, яка допомагає користувачам вирішувати їхні проблеми або краще розуміти особливості продукції. На мою думку, такий підхід підприємства можуть поступово привертати увагу цільової аудиторії та формувати інтерес до своїх товарів без нав'язливої реклами. Контент, який відповідає запитам і потребам споживачів, сприяє встановленню довіри між брендом і клієнтом, оскільки компанія позиціонує себе як експерт у своїй сфері. Це особливо важливо в умовах високої конкуренції, коли споживачі мають широкий вибір і орієнтуються не лише на ціну, а й на репутацію бренду.

Також важливо зазначити, що сучасні методи реклами передбачають постійний аналіз ефективності рекламних кампаній. Підприємства використовують різні метрики та показники, щоб оцінити, наскільки успішною є та чи інша рекламна стратегія, та за потреби коригувати свої дії. Це дозволяє не лише підвищувати результативність реклами, а й оптимізувати витрати на рекламні заходи. [3]

Отже, використання сучасних методів реклами є важливою умовою ефективної реалізації продукції в умовах сучасного ринку. Завдяки впровадженню цифрових технологій підприємства отримують можливість більш точно визначати свою цільову аудиторію та ефективно взаємодіяти з нею. Це дає змогу швидко реагувати на зміни попиту, аналізувати поведінку споживачів і своєчасно коригувати рекламні стратегії відповідно до умов ринкового середовища. Сучасні рекламні підходи сприяють не лише приверненню уваги до товарів і послуг, а й формуванню стійкого інтересу до бренду. Використання персоналізованої реклами, контенту та різних цифрових інструментів дозволяє

зробити рекламні повідомлення більш сприятливими для споживачів, що підвищує їхню зацікавленість і ймовірність здійснення покупки.

#### Список використаних джерел:

1. Види реклами в Інтернеті: контекстна, банерна, SEO-оптимізація та інші. URL: <https://webtune.com.ua/statti/internet-marketing/vydy-reklamy-v-interneti>
2. Ваш повний посібник з найкращих сучасних рекламних методів. URL: <https://ila.com.sa/en/modern-advertising-techniques>
3. Чому ефективність реклами важлива більше, ніж будь-коли. URL: <https://trackier.com/advertising-effectiveness-strategies-metrics>

**Abstract:** *The paper examines the features of using modern advertising methods to sell products in the context of the development of the digital economy and increasing competition. The role of advertising as an important tool for influencing consumers and forming demand is analyzed. The main modern advertising tools are identified, including online advertising, social networks, targeted advertising, content marketing and other digital technologies.*

**Keywords:** *advertising, online advertising, social networks, targeted advertising, content marketing, digital technologies, target audience, competitiveness, product promotion.*

**Науковий керівник:**

**Табацкова Г.В.,**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри економіки підприємств,*

*Миколаївський національний аграрний університет*

**УДК 311.1: 658**

#### **Роль статистики в управлінні та менеджменті**

**Саян Діана,**

*Здобувачка вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»*

*Миколаївський національний аграрний університет*

*м. Миколаїв, Україна*

**Анотація:** *у статті досліджено роль статистики в управлінні та менеджменті. Визначено значення статистичних методів у процесі прийняття управлінських рішень, аналізі діяльності підприємства та прогнозуванні його*