

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА НАУКОВА УСТАНОВА «ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ»
КОНОТОПЬСЬКА МІСЬКА МАЛА АКАДЕМІЯ НАУК
КОНОТОПЬСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ
КЛАСИЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
СУМСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ШКОЛА МОЛОДОГО НАУКОВЦЯ» КФК СУМДУ

IV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

“Перший крок у науку:
Конотопські наукові студії – 2025”



ТЕЗИ
ДОПОВІДЕЙ



1 червня

Конотоп 2025

assistance-programs-for-the-poor-and-vulnerable-in-ukraine-to-benefit-from-world-bank-support (дата звернення: 25.04.2025).

3. Світовий банк разом з донорами-партнерами виділяє Україні додаткове фінансування на підтримку надання основних державних послуг для громадян. World Bank Group : вебсайт. URL: <https://www.worldbank.org/uk/news/press-release/2023/12/14/donor-partners-and-the-world-bank-provide-additional-financing-to-ukraine-in-support-of-essential-government-services> (дата звернення: 25.04.2025).

4. Грошова допомога пенсіонерам. UNHCR : вебсайт. URL: <https://www.unhcr.org/> (дата звернення: 18.04.2025).

5. У 2024 році ООН надасть допомогу Україні на 4,2 мільярда доларів США для подолання гуманітарних наслідків війни. Урядовий портал : єдиний вебпортал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/u-2024-rotsi-oon-nadast-dopomohu-ukraini-na-42-miliarda-dolariv-ssha-dlia-podolannia-humanitarnykh-naslidkiv-viiny> (дата звернення: 18.04.2025).

6. Про залучення макрофінансової та грантової допомоги у 2023/2024 році. Міністерство фінансів України : офіційний сайт. URL: <https://mof.gov.ua> (дата звернення: 23.04.2025).

7. Михайлов Д. Світовий банк затвердив \$664 млн додаткового фінансування для України. Суспільно-політичне інформаційне інтернет-видання «Суспільне Мовлення» : вебсайт. URL: <https://suspilne.media/890447-svitovij-bank-zatverdiv-664-mln-dodatkovogo-finansuvanna-dla-ukraini/> (дата звернення: 25.04.2025).

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ВИРІШЕННІ ЗАВДАНЬ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ

Міщенко В. А.¹

¹Полтавський університет економіки і торгівлі, здобувач третього освітньо-наукового рівня

У XXI ст. маркетинг зазнає стрімких змін під впливом цифрових технологій, серед яких особливе місце належить штучному інтелекту (далі – ШІ). Його впровадження трансформує класичні підходи до взаємодії з клієнтами, до аналітики та організації бізнес-процесів, що дозволяє підвищити ефективність маркетингової діяльності [1].

Персоналізація маркетингових компаній

Одним із ключових напрямів застосування ШІ є персоналізація маркетингових комунікацій. Алгоритми машинного навчання здатні аналізувати великі масиви даних, отриманих у результаті онлайн-активності користувачів, зокрема історії покупок, запитів у пошукових

системах, поведінки в соціальних мережах тощо. Це дозволяє створювати індивідуалізовані пропозиції, що відповідають потребам конкретного клієнта [2]. Персоналізація сприяє підвищенню рівня задоволеності споживачів та збільшенню конверсій.

Предиктивна аналітика

ШІ також активно використовується для предиктивної аналітики – прогнозування поведінки споживачів, майбутніх тенденцій ринку, попиту на продукцію. Застосування таких інструментів дозволяє компаніям оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища та коригувати свої маркетингові стратегії відповідно до отриманих прогнозів [1]. Наприклад, за допомогою предиктивного моделювання можна визначити, які продукти найімовірніше зацікавлять ту чи іншу аудиторію в найближчому майбутньому.

Автоматизація процесів

Іншою важливою функцією ШІ є автоматизація рутинних маркетингових завдань. Системи штучного інтелекту здатні самостійно створювати контент, планувати рекламні кампанії, відповідати на запити клієнтів через чат-боти тощо. Така автоматизація дозволяє знизити витрати часу та ресурсів, водночас зосереджуючи увагу маркетологів на стратегічних питаннях [3].

Аналіз настроїв споживачів

Сучасні інструменти ШІ, зокрема нейронні мережі та алгоритми обробки природної мови, дають змогу проводити аналіз настроїв клієнтів, що виявляється в їхніх коментарях, відгуках і поведінці в соціальних мережах. Такий аналіз у режимі реального часу допомагає компаніям вчасно виявляти проблемні точки, оперативно реагувати на негатив та формувати позитивний імідж бренду [4].

Етичні аспекти використання ШІ

Водночас з розвитком ШІ у маркетингу виникає низка етичних питань, пов'язаних із конфіденційністю даних, прозорістю алгоритмів, а також можливістю маніпуляцій зі споживачами. Важливим завданням є розробка нормативних стандартів і політик, які б забезпечували відповідальне використання ШІ та захист прав споживачів [5]. Зокрема, компанії мають повідомляти клієнтів про використання алгоритмів та забезпечувати можливість відмови від обробки персональних даних.

Висновки

Отже, ШІ відкриває широкі можливості для розвитку сучасного маркетингу, сприяючи більш точній роботі з даними, ефективному управлінню комунікаціями та підвищенню рівня персоналізації. Водночас необхідно враховувати виклики, пов'язані з етичним використанням технологій. Успішна інтеграція ШІ в маркетингову

практику потребує збалансованого підходу, який поєднує технічні інновації з людськими цінностями.

Список використаних джерел

1. Використання штучного інтелекту в маркетингу / Іванова І. В., Боровик Т. М., Залозна Т. Г., Руденко А. Ю. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 2. С. 45–52.
2. Rose-Collins F. Використання можливостей штучного інтелекту в сучасному маркетингу. Ranktracker : вебсайт. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/unleashing-the-power-of-ai-in-modern-marketing/> (дата звернення: 03.05.2025).
3. Адамик В., Івановський О. Використання штучного інтелекту в системі маркетингу: сучасні тенденції та виклики. *Вісник економіки*. 2025. № 1. С. 230–243.
4. Фігун А., Петрівський Я., Коханевич Т. Штучний інтелект у маркетингу: можливості впливу та перспективи впровадження. *Via Economica*. 2024. № 4. С. 193–199.
5. Кудрянь І. Етичні аспекти використання штучного інтелекту в маркетингу. The Ant Media : вебсайт. URL: <https://www.theantmedia.com/post/etichni-aspekti-vikoristannya-shtuchno-intelektu-v-marketingu> (дата звернення: 03.05.2025).

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ

Федоренко І. В.¹

¹ Лисичанський гірничо-індустріальний фаховий коледж, викладач

Велике значення для країни має зовнішньоекономічна діяльність. Вона сприяє укріпленню економічних та політичних зв'язків, включенню національної економіки у світові господарські процеси, підвищенню її конкурентоспроможності на світових ринках, підвищенню технічного рівня виробництва, раціональному використанню всіх ресурсів, ліквідації дефіциту, підвищенню рівня життя населення, розв'язанню багатьох соціальних та екологічних проблем.

Види зовнішньоекономічної діяльності країни:

- товарний експорт та імпорт, вивезення капіталу, робочої сили, послуг;
- науково-технічна співпраця в галузі освіти, охорони здоров'я, фінансовій сфері;