

УДК 631.1:004.738.5:658.8

**РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Ілля ПОЛНЬКЕВИЧ, студент,
Анатолій ОСТАПЧУК, к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного менеджменту
та зовнішньоекономічної діяльності
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Сучасні економічні умови в Україні та світі, глобалізація та прискорення процесів розвитку ринків, технологій, соціально-політичних факторів, розвиток інформаційного суспільства, збільшення динаміки та обсягів вимагають

постійного вдосконалення форм і методів управління цифровим маркетингом. Традиційно маркетинг розуміється як діяльність з координації зусиль компанії (включаючи розробку нових продуктів та послуг, виробництво, фінансів, збуту та ін.) для досягнення цілей підприємства, враховуючи вимоги ринку та через постійну взаємодію з клієнтами та бізнес-партнерами. У зв'язку з розвитком сучасних методів комунікації з використанням цифрових технологій та електронних пристроїв цифровий маркетинг набув особливого значення.

Кількість та різноманітність електронних гаджетів постійно зростає, включаючи нові види комп'ютерів, макбуків, смартфонів, планшетів, тощо. Це дозволяє підтримувати постійний зв'язок з потенційними та наявними споживачами продукції. Застосування цифрового маркетингу на підприємствах різних галузей та секторів економіки спрямоване на покращення показників результативності їх діяльності, зростання продажів, збільшення залучення клієнтів через зростання лояльності до бренду.

Різнманітні інструменти допомагають підприємствам масштабуватися та охоплювати більшу аудиторію, а також взаємодіяти з клієнтами інтерактивним шляхом. Наприклад, маркетинг у соціальних мережах дозволяє компаніям створювати та розвивати онлайн платформи, які стають місцем взаємодії з клієнтами, а такий інструмент як онлайн-реклама (може бути у формі реклами з оплатою за клік та медійної реклами) дозволяє підприємствам зосередитися на певних демографічних областях та контролювати ефективність кампанії в цих областях в режимі реального часу. Також постійний персоніфікований зв'язок з клієнтами можна підтримувати завдяки соціальним мережам.

Аграрний сектор був і лишається локомотивом економіки України. Велика кількість родючих земель, відповідні кліматичні умови та відносно сприятливий інвестиційний клімат дозволили Україні не тільки забезпечувати власні потреби у сільськогосподарській продукції, але й забезпечувати продовольством мільйони людей в Азії, Африці, на Близькому Сході та в інших країнах. До війни темпи зростання сільського господарства в Україні були одними з найвищих серед інших секторів (із щорічним зростанням 5-6%), частка у ВВП складала

10,9%, до 2021 року сектор забезпечував 17% внутрішньої зайнятості. За розрахунками Світового Банку, у 2023 році Україна понесла збитків на суму 31,50 мільярдів доларів США, причому 8,72 мільярда доларів США склали збитки в аграрному секторі економіки. [1] Водночас, потрібно відмітити, що досить велика кількість підприємств даного сектору навіть у період воєнного стану зуміли не тільки вижити, але й пристосуватися до непростих умов та продемонструвати ефективність. Зокрема, підприємства займалися пошуком альтернативних шляхів транспортування, оптимізували різними способами виробництво, а також розширювали ринки збуту, щоб зменшити залежність від одного регіону [2]. На думку О. Схабовського, до інструментів, що допомогли українським агрохолдингам адаптувати свою діяльність до умов воєнного стану, належать вихід на нові ринки для диверсифікації і зменшення ризиків, упровадження інноваційних технологій (автоматизація виробничих процесів, використання дронів), установа партнерських відносин з міжнародними компаніями та диверсифікація виробництва, яка дає змогу розширити продуктову базу й зменшити залежність від одного ринку. [3]

На нашу думку, підприємствам аграрного сектору варто також активніше використовувати цифрові інструменти у своєму виробництві. До таких інструментів відносяться впровадження системи моніторингу поля, що дозволить підвищити врожайність та якість продукції, використання різноманітних додатків для мобільних пристроїв дасть можливість фермерам оперативно отримувати інформацію стосовно погоди та ринкових цін. Також підприємствам агросектору варто використовувати соціальні медіа для спілкування та залучення нових споживачів. Наприклад, інформацію про нові продукти, можна поширювати через популярні соціальні мережі, такі як Facebook та Instagram, а також через Telegram-канали. [4]

Таким чином, в сучасних умовах підприємствам аграрного сектору варто активізувати роботу стосовно впровадження цифрового маркетингу у свою діяльність. Це позитивно вплине на їхню ефективність та рівень залучення

клієнтів, а також дозволить швидше адаптуватися до умов зовнішнього середовища, зокрема до викликів воєнного часу.

Список використаних джерел:

1. Українське сільське господарство у воєнний час: стійкість, реформи та ринки. URL: <https://www.tni.org/uk/article/ukrainian-agriculture-in-wartime> (дата звернення: 11.10.2025).
2. Петруньок Д. С., Тегіпко С. М. Функціонування агрохолдингів в умовах військового стану. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом*. 2024. № 2(74). С. 70-76. DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/74-9> (дата звернення: 11.10.2025).
3. Схабовський О. М. Вплив воєнного стану на економічну стабільність аграрного бізнесу в Україні. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 8. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12820026> (дата звернення: 11.10.2025).
4. Семенда Д.К., Семененда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2023. № 25. URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/995/1013> (дата звернення: 11.10.2025).

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЛЕЙБНИЦ-ІНСТИТУТ АГРАРНОГО РОЗВИТКУ
В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ (НІМЕЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК ВАЙЄНШТЕФАН-ТРИЗДОРФ (НІМЕЧЧИНА)
СЛОВАЦЬКИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ В НІТРИ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛАТВІЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ ТА ТЕХНОЛОГІЙ (ЛАТВІЯ)

Факультет аграрного менеджменту

**Кафедра адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності**



МАТЕРІАЛИ

**VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»**

04 листопада 2025 р.



Київ - 2025

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

Організаційний комітет:

ТОНХА Оксана – проректор з наукової роботи та інноваційної діяльності НУБіП України, д.с.-г.н., професор, голова оргкомітету

ОСТАПЧУК Анатолій – в.о. декана факультету аграрного менеджменту, к.е.н., доцент, співголова оргкомітету

ШЛАУДЕРЕР Ральф – керівник Міжнародної школи Університету прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Міжнародний представник факультету сільського господарства, Представник з питань міжнародних освітніх програм і співпраці, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ГОРСЬКА Єлена – декан факультету економіки та менеджменту Словацького аграрного університету в Нітрі, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ПЕРЕХОЖУК Олександр – старший науковий співробітник Лейбніц-Інституту аграрного розвитку в країнах з перехідною економікою, PhD, професор, співголова оргкомітету

ЗЕВЕРТЕ-РІВЗА Сандія – дослідник Латвійського університету наук про життя та технологій, PhD, доцент, співголова оргкомітету

Члени оргкомітету:

КОВТУН Олена – завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент;

БАСЮК Дарія – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор

ЖЕМОЙДА Олександр – д.е.н., професор

ІБАТУЛЛІН Марат – д.е.н., професор

МОСТЕНСЬКА Тетяна – д.е.н., професор

ГОЛОМША Наталія – к.е.н., доцент

ДАВИДЕНКО Володимир – к.е.н., доцент

ДІБРОВА Лариса – к.е.н., доцент

КОВАЛЕНКО Наталія – к.е.н., доцент

КОЛЕСНИК Максим – к.е.н., доцент

КОСТЮК Ольга – к.е.н., доцент

КУЗЬМЕНКО Сергій – к.е.н., доцент

РАЛКО Олександра – к.е.н., доцент

ТЮРІНА Альона – к.е.н., доцент

ЧОРНЕНЬКА Людмила – к.е.н., доцент

ЯНЧЕВСЬКИЙ Руслан – к.е.н., доцент

ФАЙЧУК Олександр – к.е.н., доцент, секретар оргкомітету

МІЩЕНКО Іван – к.е.н., доцент, відповідальний за випуск збірника тез

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультета аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (*протокол №4 від 20 листопада 2025 р.*).

«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, 04 листопада 2025 р. – К.: НУБіП України, 2025. – 245 с.

У збірнику представлені результати дослідження проблем сучасного менеджменту в умовах воєнного стану та інтеграції України до ЄС. Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків і всіх тих, хто цікавиться питаннями сучасних підходів до управління підприємствами і національним господарством.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори.

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, факультет аграрного менеджменту НУБіП України, 2025

© Автори