

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

**СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
БІЗНЕСУ, ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ
ТА ОБЛІКОВИХ СИСТЕМ**

Збірник доповідей
V Міжнародної науково-практичної конференції

(16 травня 2025 року, м. Харків, Україна)

Електронний ресурс

Харків – 2025

УДК 33+657(063)

С 91

*Реєстраційне посвідчення УкрІНТЕІ МОН України
(№ 760 від 09 грудня 2024 р.)*

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № _____ від 6 травня 2024 р.)*

Редакційна колегія:

д-р. екон. наук, проф. Б. В. Самородов (головний редактор);
к.філос.н., доц. А.А. Чхеайло;
д-р. екон. наук, проф. Г. М. Азаренкова;
д-р. екон. наук, проф. А. П. Грінько;
к-т. екон. наук, доц. Н. Л. Морозова;
к-т. екон. наук, доц. Р. О. Піскунов;
к-т. пед. наук, доц. Н. І. Стяглик.

Адреса редколегії:
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4

С 91 Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку бізнесу, фінансово-кредитних та облікових систем: збірник доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції (16 травня 2025 року, м. Харків, Україна) [Електронний ресурс]. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. – 1 ел. опт. диск (CD-ROM). – Систем. вимоги: Процесор Pentium-класа ; ОС Windows 7/10 ; дисковод CD-ROM; Acrobat Reader 10. – 680 с.

ISBN _____

У збірнику представлені доповіді учасників V Міжнародної науково-практичної конференції на загальну тему «Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку бізнесу, фінансово-кредитних та облікових систем».

Для науковців, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів. Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за зміст і оформлення матеріалів несуть автори.

Усі права застережено. Посилання на матеріали обов'язкові.

УДК 33+657(063)

URI: _____

© Харківський національний
університет імені В. Н. Каразіна, 2025

ISBN _____

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
V.N. KARAZIN KHARKIV NATIONAL UNIVERSITY

**THE CURRENT STATE, PROBLEMS
AND PROSPECTS OF BUSINESS,
FINANCIAL AND CREDIT AND
ACCOUNTING SYSTEMS
DEVELOPMENT**

Collection of abstracts
V International Scientific and Practical Conference
(May 16, 2025, Kharkiv, Ukraine)

Electronic resource

Kharkiv – 2025

UDC **33+657(063)**

Registration certificate UkrINTEI (№ 760 desember 09, 2024)

*Approved for posting on the Internet by the decision of the Academic Council
in V.N. Karazin Kharkiv National University
(Minutes № __ of __ May 2025)*

Editorial board:

Dr. of Econ Sciences, Prof. B. V. Samorodov (editor in chief);
PhD of Philosophical Sciences, Assoc. Professor A.A. Chkheailo;
Dr. of Econ. Sciences, Prof. G. M. Azarenkova;
Dr. of Econ. Sciences, Prof. A. P. Grinko;
PhD in Econ. Sciences, Assoc. Prof. N. L. Morozova;
PhD in Econ. Sciences, Assoc. Prof. R. O. Piskunov;
Ph.D. of Pedagogic Sciences, Assoc. Prof. N. I. Styaglik.

Editorial board address:
61022, Kharkiv, Svobody Square, 4

The current state, problems and prospects of business, financial, credit and accounting systems development: a collection of abstracts of the V International Scientific and Practical Conference (May 16, 2025, Kharkiv, Ukraine) – Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University, 2025. – electron. resource. – 1 el. disk (CD-ROM). – Systems. requirements: Pentium-class processor; OC Windows 7/10; CD-ROM drive; Acrobat Reader 10. – 680 p.

ISBN _____

The collection presents abstracts of the participants of the V International Research and Practice Conference on the general topic «The current state, problems and prospects of business, financial, credit and accounting systems development».

For scientists, post-graduate students and students of higher educational institutions. Materials are submitted in the author's edition. The authors are responsible for the content and design of the materials.

All rights reserved. References to materials are required.

UDC 33+657(063)

URI: _____

© V. N. Karazin Kharkiv National
University, 2025

ISBN _____

ПОЄДНАННЯ СТАТИСТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ТА А/В-ТЕСТУВАННЯ У РЕКЛАМНІЙ СТРАТЕГІЇ БІЗНЕСУ

У сучасному цифровому маркетингу дані відіграють ключову роль у процесі ухвалення рішень, дозволяючи компаніям ефективно коригувати рекламні активності, підвищувати залученість користувачів і вдосконалювати бізнес-процеси. Аналіз зібраної інформації дає можливість отримати глибше розуміння поведінки аудиторії, її інтересів і взаємодії з продуктами або послугами.

Серед основних інструментів аналітики виділяються Google Analytics та Meta Ads Manager, які мають різну функціональну спрямованість. Перший зосереджений на вивченні поведінки користувачів на вебресурсах, другий - на адмініструванні рекламних кампаній у соціальних мережах Meta з можливістю точного таргетування та оптимізації оголошень. Синергія обох платформ дозволяє маркетологам оцінювати ефективність взаємодії з користувачами комплексно та з урахуванням бізнес-цілей.

Застосування статистичного моделювання дозволяє створювати математичні моделі для аналізу минулих кампаній і прогнозування майбутніх результатів. До поширених методів належать регресійний аналіз, логістичні моделі, кластеризація. Серед переваг - можливість урахування великої кількості змінних і побудова довгострокових прогнозів. Водночас цей підхід вимагає значного обсягу якісних вхідних даних для забезпечення точності.

А/В-тестування - це методика емпіричного порівняння альтернативних варіантів рекламного повідомлення чи продуктового елементу. Цей метод дозволяє в реальних умовах перевірити ефективність зміни окремих компонентів, ґрунтуючись на простих гіпотезах. Його перевагами є легкість реалізації та можливість ізолювати вплив однієї змінної. Серед недоліків — необхідність великої вибірки та неможливість аналізу взаємодії кількох факторів одночасно.

Поєднання статистичних моделей з А/В-тестуванням створює підхід, що дозволяє досягти вищого рівня ефективності рекламної діяльності. Завдяки комбінуванню прогнозного та експериментального інструментарію маркетологи отримують ширше розуміння аудиторії, мають змогу краще оцінити майбутні результати й оптимізувати витрати на тестування. Таке поєднання дозволяє верифікувати моделі через тестування, зменшити ризик хибних прогнозів і скоротити кількість необхідних експериментів.

Етапи реалізації комбінованої стратегії включають:

- формування бази даних із використанням Google Analytics, Meta Ads, CRM-систем, соціальних платформ;

- визначення ключових метрик (CTR, конверсія, середній чек, демографія тощо);
- побудову моделей, виявлення змінних, що мають вплив на результати, з використанням регресійного аналізу;
- проведення А/В-тестів для перевірки змін, що показали перспективу в моделюванні, із порівнянням результатів контрольної та експериментальної груп;
- зіставлення фактичних результатів з прогнозами;
- оновлення моделей з урахуванням отриманих даних.

Для ілюстрації: компанія ставить за мету збільшити CTR рекламних банерів. На першому етапі аналізуються результати попередніх кампаній, які демонструють позитивний вплив яскравих кольорів. Далі формується модель, яка враховує параметри кольору, розміру шрифту та позицію кнопки. Після цього запускається А/В-тестування двох варіантів банера - блакитного і рожевого. Результати показують, що блакитний варіант забезпечує підвищення CTR на 12%. Отримані дані використовуються для коригування моделі та подальших рішень щодо дизайну.

Таким чином, інтеграція статистичного аналізу та А/В-тестування створює гнучкий і результативний підхід до управління маркетинговими кампаніями, що дозволяє бізнесам підвищувати ефективність реклами на основі даних і перевірених гіпотез.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A/B testing. Oracle. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.oracle.com/ua/cx/marketing/what-is-ab-testing/> (дата звернення: 13.04.2025).
2. Роулс Д. Цифровой брендинг. - Київ: Фабула, - 2020. - 256 с.
3. Чайковська М. Управлінські технології бізнес моделювання в маркетингу стартапів / М. Чайковська, Е. Біленька. // Маркетинг і цифрові технології. - 2022. - Випуск 6. - № 1. - С. 78–91.
4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. - Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2018. - 208 с.

Джерелейко С.Д. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК КАТАЛІЗАТОР ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ЗМІН У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ	603
Карапетян О.М., Коженювський Ю.В. ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ВЕЛИКИХ ДАНИХ У ПСИХОЛОГІЧНОМУ АНАЛІЗІ ФІНАНСОВОЇ ПОВЕДІНКИ ПРИ ФІНАНСОВИХ ПРАВОПОРУШЕННЯХ	607
Карпов А.Є. ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ДРАЙВЕР СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	609
Копанський Т.Б. МАЙБУТНЄ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: ВІЗІЯ ЦИФРОВОГО БРЕНДИНГУ У WEB 3.0	612
Корнійчук К.А. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ У ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІЙ СФЕРІ ТА БІЗНЕСІ	614
Кучмійова Т. С., Макеев В. В., Гулак О. Г. ОСНОВНІ ФОРМИ ПОВНОЇ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ЇХ РОБОТИ	618
Литвиненко А.В. ПОЄДНАННЯ СТАТИСТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ТА А/В- ТЕСТУВАННЯ У РЕКЛАМНІЙ СТРАТЕГІЇ БІЗНЕСУ	621
Макарова Г.В., Картуш А.О. ВИКОРИСТАННЯ АЛГОРИТМІВ ШІ ТА АНАЛІТИКИ ДАНИХ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ МІЖ ЛЮДЬМИ	623
Молокова Д. В., Мельник В. І. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	625
Наконечна Н.В. ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ НАСЛІДКІВ ВІД АТАК НА КРИТИЧНІ ОБ'ЄКТИ ІНФРАСТРУКТУРИ	629
Подра О.П. ВПЛИВ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕНЕДЖЕРА	632
Полякова Є.Р. ОРГАНІЗАЦІЙНА АДАПТАЦІЯ ТА ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ШІ-РІШЕНЬ ДЛЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ У ФІНТЕХ- КОМПАНІЯХ	635
Райтер Н.І., Мацьків Г.В. ВИКОРИСТАННЯ ВІ-ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ	637