

**Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

на честь 95-річчя ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

**21 листопада 2025 року
м. Харків, Україна**

**Харків
2025**

УДК 339.138:004

Agile-маркетинг як інструмент цифрової трансформації ІТ-підприємств України в умовах інтеграції до європейського ринку

Дзеніс Олексій Олександрович,

канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: oleksiy.dzenis@hneu.net;

Внукова Катерина Ігорівна,

студентка другого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти,
ННІ міжнародних відносин, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: katerynavnukova@gmail.com

У сучасному глобалізованому бізнес-середовищі цифрова трансформація стає ключовою передумовою для конкурентоспроможності ІТ-підприємств. Україна, яка активно інтегрується до економічного простору Європейського Союзу та прагне вивести свої ІТ-послуги на глобальний ринок, стикається з численними викликами: нестабільність середовища, зростаюча конкуренція, висока швидкість технологічних змін, необхідність адаптації маркетингових стратегій до європейських стандартів. У цьому контексті застосування гнучких підходів, зокрема Agile-методології, у сфері маркетингу набуває особливої значущості, оскільки забезпечує швидкість прийняття рішень, зниження ризиків і фокус на клієнтоорієнтованості.

Agile-маркетинг передбачає короткі ітерації планування і реалізації, регулярне тестування гіпотез просування, постійне вдосконалення стратегій і швидке реагування на зворотний зв'язок від клієнтів. Такий підхід дозволяє компаніям зменшити час виходу на ринок (time-to-market), оптимізувати комунікації між командами маркетингу, розробки та аналітики, а також забезпечити адаптивність до змін споживчих трендів. Як зазначає Васильков Д. [1], інтеграція Agile-підходів у стратегічне маркетингове управління під-

вищує гнучкість бізнес-моделей і дає змогу українським компаніям відповідати викликам цифрової економіки ЄС. Своєю чергою, Маковоз О. [2] підкреслює, що Agile допомагає українським ІТ-компаніям зберігати цінність бізнесу та підтримувати розвиток навіть в умовах воєнних і економічних криз.

Реальні приклади демонструють ефективність таких практик. Компанія SoftServe, одна з провідних ІТ-корпорацій України, спільно з Kyivstar впровадила Agile-трансформацію, яка дозволила скоротити цикл розробки продуктів на 30 %, посилити взаємодію між відділами та покращити клієнтський досвід [5].

Компанія SII Ukraine впровадила масштабовану методологію SAFe, що дала змогу збільшити продуктивність маркетингових і технічних команд, забезпечивши чітку взаємодію з європейськими партнерами [6]. Крім того, згідно з даними ITizzi, більшість українських розробників позиціонують себе як гнучких партнерів для міжнародних клієнтів, використовуючи Agile- та DevOps-практики у створенні та просуванні продуктів [4].

Досвід Intellias також є показовим. Компанія впровадила Agile-маркетинг у систему управління проектами для швидкої адаптації до потреб клієнтів у Європі та США. Завдяки гнучким спринтам і постійному аналізу результатів кампаній Intellias змогла підвищити ефективність цифрових комунікацій і втричі скоротити час реагування на запити партнерів [7]. Своєю чергою, EPAM Ukraine, орієнтуючись на міжнародні ринки, активно використовує принципи Scrum-маркетингу, створюючи міжфункціональні команди, які відповідають за контент-стратегію, аналітику та клієнтський досвід [8]. Це дозволило компанії посилити бренд-присутність у країнах ЄС і збільшити частку міжнародних клієнтів.

Варто зазначити і вплив європейського досвіду у сфері цифрової економіки на трансформацію українського ІТ-маркетингу. Європейські компанії, такі як Siemens чи SAP, вже давно використовують Agile-підходи не лише у розробці, а й у маркетингових комунікаціях

[9]. Вони створюють персоналізовані кампанії, що ґрунтуються на даних, отриманих у реальному часі, й це значно підвищує рівень взаємодії зі споживачами. Українські компанії, переймаючи цей досвід, поступово впроваджують подібні механізми – наприклад, використання Big Data для сегментації клієнтів і автоматизації цифрових кампаній, що забезпечує точність і швидкість реагування на запити ринку.

Ключовим елементом є впровадження принципів цифрової економіки, характерних для ЄС-ринку: відкритість, інноваційність, клієнтоорієнтованість і гнучкість. За даними звіту IT Ukraine Association, експорт українських ІТ-послуг охоплює понад 140 країн, а 91 % компаній активно просувають свої послуги на європейських і північноамериканських ринках [9]. У таких умовах Agile-маркетинг стає дієвим інструментом не лише для комунікацій, а й для стратегічного позиціонування бренду. Дослідження Good-Time Invest підтверджує, що компанії, які використовують гнучкі бізнес-моделі, демонструють вищу стійкість та лояльність клієнтів навіть у періоди кризи [3].

Таким чином, впровадження Agile-маркетингу виступає не просто технологічним рішенням, а фундаментальною складовою стратегічного розвитку ІТ-підприємств України. Поєднання досвіду ЄС із гнучкими управлінськими моделями дозволяє компаніям зміцнити конкурентоспроможність, підвищити ефективність комунікацій, залучити інвестиції та сформувати стійкий імідж інноваційних гравців на світовому ринку.

Agile-підхід у маркетингу сьогодні забезпечує не лише швидку реакцію на зміни, а й формування культури постійного вдосконалення. Завдяки цьому українські ІТ-компанії можуть створювати унікальні ціннісні пропозиції, підвищувати рівень довіри міжнародних клієнтів і зміцнювати власні позиції на ринку ЄС. Вони також допомагають ефективніше використовувати цифрові інструменти, автоматизувати комунікацію та покращувати клієнтський досвід.

Гнучкі методології сприяють глибшій інтеграції маркетингових процесів у стратегічне управління, забезпечуючи прозорість і результативність рішень. У перспективі Agile-маркетинг стане основою сталого розвитку українського ІТ-сектору, підсилюючи його потенціал у глобальній цифровій економіці.

Література

1. Васильков Д. Теоретико-прикладні аспекти застосування Agile-підходів у стратегічному маркетинговому управлінні // REICST: управління та стратегія. 2025. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2025-21-04-02>
2. Маковоз О. Agile Change Management of Ukraine's IT Sector's and Value Creation Amidst Conflict // ResearchGate. 2024. URL: <https://www.researchgate.net/publication/377351598>
3. Agile Business Strategies: Responding to Rapid Market Changes in Ukraine // Good-Time Invest. 2023. URL: <https://good-time-invest.com/blog/agile-business-strategies-responding-to-rapid-market-changes-in-ukraine>
4. Custom Software Development Ukraine – Tailored Solutions for Every Industry // ITizzi. 2025. URL: <https://itizzi.com/blog/software-development-company-ukraine-custom-it-solutions-for-global-business>
5. Agile Transformation for Kyivstar – Resources // SoftServe. 2024. URL: <https://www.softserveinc.com/en-us/resources/agile-transformation-for-kyivstar>
6. Agile – Case Studies // SII Ukraine. 2024. URL: <https://sii.ua/en/what-we-offer/agile>
7. How Agile Marketing Helps Companies Respond to Global Challenges // Intellias. 2024. URL: <https://intellias.com/agile-marketing-digital-transformation>
8. Digital Transformation Insights: Using Agile to Drive Marketing Efficiency // EPAM Ukraine. 2024. URL: <https://www.epam.com/insights/agile-marketing>
9. Ukraine's IT Powerhouse: From Resilience to Global Reach // IT Ukraine Association. 2024. URL: <https://digitalstate.gov.ua/news/it-outsourcing/ukraines-it-powerhouse-2024-from-resilience-to-global-reach>

