

СЕКЦІЯ 2 – МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-СТРУКТУР

МИХАЙЛЕНКО Д.Г., к.е.н., доц., Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

БОЛОТНА О.В., к.е.н., доц., Харківський національний університет імені
В.Н. Каразіна

РИСКАЛЬЧУК А.О., студент, Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сьогодні, на фоні переходу до нової техніко-економічної моделі, рекламна індустрія набуває характеристик нової інтерактивної економіки. Одним із ключових елементів цього процесу є реклама в Інтернеті, яка через свою інверсійність відкриває нові можливості. Мережеву рекламу можна визначити як рекламну діяльність, що здійснюється через глобальну мережу Інтернет, а також інші локальні мережі. Вивчення глобальних викликів та сучасних тенденцій розвитку рекламного ринку України показало, що український ринок реклами зазнає значних змін під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Одним з основних викликів є глобальна економічна нестабільність, що змушує підприємства адаптувати свої рекламні стратегії до нових умов. Крім того, важливу роль відіграють зміни в поведінці споживачів, які все більше схиляються до онлайн-каналів, що вимагає від рекламодавців

ефективного використання цифрових технологій та платформ для досягнення своєї цільової аудиторії.

У сфері маркетингу та реклами відзначається постійний рух у бік цифрових технологій. Розвиток соціальних мереж, контент-маркетингу та відеореклами створює нові можливості для просування продуктів і послуг, зокрема, для малих та середніх підприємств. Одночасно, конкуренція на ринку реклами ускладнюється через перезавантаження інформаційного простору, що вимагає від брендів пошуку нових шляхів залучення уваги споживачів та підвищення ефективності рекламних кампаній. Використання сучасних маркетингових трендів дозволяє підприємствам не тільки зберігати свою конкурентоспроможність, а й активно впливати на зміну ринку. Персоналізація реклами, інтеграція даних з різних джерел та застосування технологій штучного інтелекту в управлінні рекламними кампаніями дозволяють значно покращити таргетування та взаємодію з кінцевим споживачем. Такі підходи вимагають від підприємств гнучкості в управлінні своїми рекламними активами і постійного моніторингу новітніх тенденцій у сфері технологій і комунікацій. Стратегії рекламних кампаній, що базуються на використанні сучасних трендів, здатні ефективно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та впливати на споживчі настрої. Рекламодавці, що застосовують такі стратегії, можуть не тільки зберегти свою частку на ринку, але й зміцнити зв'язок зі своєю аудиторією, підвищивши лояльність до бренду. Водночас, важливо враховувати, що успішна реалізація стратегії реклами потребує ретельного аналізу ринкової ситуації, можливостей та загроз, які можуть виникнути на різних етапах впровадження. Для успішної роботи на рекламному ринку підприємства повинні використовувати комплексний підхід, поєднуючи традиційні методи реклами з новітніми цифровими технологіями. Це дозволяє не лише адаптуватися до змін, але й передбачати майбутні тенденції, що дає змогу зайняти лідируючі позиції на ринку.

Бібліографія: Михайленко Д.Г., Болотна О.В., Рискальчук А.О. Організація ефективної рекламної компанії як ключовий елемент успішного підприємництва / *Д.Г. Михайленко, О.В. Болотна, А.О. Рискальчук* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2024 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2024. Т. 1 : Труди XXI-ої Міжнародної науковопрактичної конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум-2024» 10-11 грудня 2024 р. – 2024. С. 15-16

YE YANSHEN, student, NTU «KhPI»

FACTORS INFLUENCING THE MONETARY POLICY ON THE DEVELOPMENT OF THE STOCK MARKET

Monetary policy, as a key instrument of macroeconomic regulation, significantly influences the development and stability of financial markets, particularly the stock market. The interplay between monetary policy measures and stock market dynamics is a critical area of research and practice, as it directly affects investor behavior, corporate financing, and overall economic growth. The relationship is characterized by complex feedback loops and is shaped by a multitude of factors, including interest rate adjustments, inflation targeting, liquidity management, and market expectations.

One of the most direct channels through which monetary policy impacts the stock market is the adjustment of interest rates. Lower interest rates, often a result of expansionary monetary policy, reduce the cost of borrowing for companies, thereby encouraging investment and expansion. This leads to increased corporate profitability, which is reflected in rising stock prices. Simultaneously, lower interest rates decrease the attractiveness of fixed-income securities, prompting investors to shift towards equities in search of higher returns. Conversely, contractionary monetary policy, marked by rising interest rates, increases the cost of capital and suppresses corporate earnings, often leading to a decline in stock valuations.

Inflation targeting, another cornerstone of monetary policy, also plays a pivotal role in shaping stock market trends. A stable inflation rate enhances investor confidence by reducing uncertainty about the future value of investments. However, deviations from targeted inflation can have mixed effects. Rising inflation may erode