

## ДЕЦЕНТРАЛІЗОВАНІ МЕРЕЖІ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

**Палій В'ячеслав Вікторович**

*аспірант,*

*Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»*

*ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-8522-7162>*

**Палій Ярослав Вікторович**

*аспірант,*

*Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»*

*ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9121-885X>*

Сучасна цифрова епоха стимулює впровадження інноваційних технологій, серед яких блокчейн-технології (ВСТ) посідають особливе місце. Їх застосування в маркетингу дозволяє досягти вищого рівня прозорості, мінімізувати роль посередників та оптимізувати витрати [1; 2, с. 457–468; 3, с. 76–98]. Підвищення довіри користувачів, захист даних та автоматизація процесів через смарт-контракти стали ключовими драйверами інтересу до децентралізованих рішень [4, с. 327–338; 5, с. 2–8]. В Україні ця тематика є особливо актуальною через початкову стадію впровадження блокчейну та недосконалість нормативно-правової бази [6, с. 2–5].

Метою є оцінка потенціалу блокчейн-рішень для підвищення прозорості, безпеки даних та ефективності цифрового маркетингу, а також розробка рекомендацій для практичного застосування цих технологій у маркетингових стратегіях українських компаній. Для досягнення мети поставлено завдання:

- дослідити глобальні тенденції інтеграції ВСТ у маркетинг;
- визначити ключові переваги використання децентралізованих систем у рекламі;
- розробити модель поетапного впровадження блокчейну для українських компаній, враховуючи локальні умови та досвід міжнародних брендів [7–9].

Дослідження базується на комплексному підході, що включає:

**1. Огляд літератури:** Аналіз наукових публікацій, даних галузевих дослідників та кейс-стаді провідних компаній, таких як Steemit, Binance, Unilever [7–9].

**2. Порівняльний аналіз:** Співставлення глобальних тенденцій та локальних умов (Україна) для визначення перешкод та можливостей.

**3. Аналіз емпіричних даних:** Розгляд результатів опитувань представників бізнесу та маркетологів щодо їх ставлення до блокчейну [10; 11, с. 3–11].

Глобальний ринок блокчейн-технологій у рекламі зростає з темпами понад 30% щорічно [12; 13]. Основні переваги ВСТ:

– **Прозорість та боротьба з шахрайством:** Децентралізована система записів дозволяє відстежувати кожну транзакцію, виключаючи фальсифікації та посередників [2, с. 457–468; 3, с. 76–98].

– **Автоматизація за допомогою смарт-контрактів:** Виконання умов угод без участі третіх сторін знижує витрати та ризики [4, с. 327–338].

– **Оптимізація витрат:** Усунення посередників і прозорий розподіл ресурсів сприяють економії коштів [9].

– **Підвищення довіри та брендового іміджу:** Прозорість операцій формує довіру споживачів, підвищуючи лояльність [2, с. 457–468; 8].

В Україні лише 15% компаній використовують блокчейн у маркетингу [10]. Основні проблеми – відсутність чіткої нормативно-правової бази та недостатній рівень обізнаності [5, с. 2–8; 6, с. 2–5]. Попри це, сильний IT-сектор і висока цифровізація населення створюють передумови для успішної інтеграції технологій.

#### **Впровадження блокчейну у маркетинг українських компаній:**

**1. Освіта та підвищення обізнаності:** Проведення семінарів, тренінгів, інформаційних кампаній та демонстрація успішних кейсів (Steemit) [7].

**2. Інтеграція базових рішень:** Пілотне впровадження смарт-контрактів, використання досвіду Unilever у прозорому розподілі рекламних бюджетів [9].

**3. Масштабування:** Розширення функціоналу, впровадження криптовалютних платежів, залучення молодіжної аудиторії на прикладі Burger King у Франції та Binance [8].

**4. Адаптація та вдосконалення:** Оптимізація на основі зворотного зв'язку, робота з регуляторними органами, адаптація міжнародного досвіду [6, с. 2–5; 10].

Проведене дослідження підтвердило потенціал блокчейн-технологій у підвищенні прозорості та ефективності цифрового маркетингу. Запропонована модель впровадження дозволяє поступово інтегрувати нові рішення, підвищуючи довіру споживачів та конкурентоспроможність бізнесу. Подальші дослідження доцільно спрямувати на аналіз поведінкових аспектів споживачів, вдосконалення нормативно-правової бази та оцінку економічної доцільності для малих і середніх підприємств [11, с. 3–11; 14].

### Список використаних джерел:

1. Harvard Business Review. What blockchain could mean for marketing. URL: <https://hbr.org/2018/05/what-blockchain-could-mean-for-marketing> (дата звернення: 06.10.2024).
2. Ghosh A., Gleim M.R., Stevens J.L. Blockchain applications in marketing: A framework and an agenda for future research. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 2021. Vol. 29(4). P. 457–468.
3. Stallone V., Wetzels M., Mahr D., Klaas M. Enhancing digital advertising with blockchain technology. *Journal of Interactive Marketing*. 2024. Vol. 59(1). P. 76–98.
4. Kim J., Lee K.H., Kim J. Linking blockchain technology and digital advertising: How blockchain technology can enhance digital advertising to be more effective, efficient, and trustworthy. *Journal of Business Research*. 2023. Vol. 152. P. 327–338.
5. Buhas V., Ponomarenko I., Ramskyi A., Fedorchenko A., Roskladka A. Blockchain innovations in digital marketing. Kyiv National University of Technologies and Design; Borys Grinchenko eds. Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman; State University of Trade and Economics. No. 2. P. 2–8.
6. Кравченко О.В., Шаповал О.Б., Небаба Н.О., Ботвінов Р. Г. Блокчейн-технології: стан та перспективи розвитку в Україні. Репозиторій Сумського державного університету. 2021. С. 2–5.
7. Wikipedia. Steemit. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Steemit> (дата звернення: 06.12.2024).
8. Binance News. Burger King in Paris starts accepting payments in BTC, SHIB, and more. URL: <https://www.binance.com/en-IN/square/post/2023-03-28-burger-king-in-paris-starts-accepting-payments-in-btc-shib-and-more-via-binance-and-alchemy-pay-354283> (дата звернення: 11.10.2024).
9. Rethink Research. Unilever turns to IBM blockchain to improve ad transparency. URL: <https://rethinkresearch.biz/articles/unilever-turns-ibm-blockchain-improve-ad-transparency> (дата звернення: 11.10.2024).
10. Blockchain Association of Ukraine (BAU). Blockchain in Ukraine. URL: <https://bau.ai> (дата звернення: 11.10.2024).
11. Park S. Hinting at the third path to the future of data rights: An empirical study of the Steemit blockchain. *Social Media + Society*. 2023. Vol. 9(1). P. 3–11.
12. IBM. Blockchain use cases. URL: <https://www.ibm.com/blockchain> (дата звернення: 12.10.2024).
13. GlobeNewswire. Global blockchain market report 2021. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/12/16/2353499/28124/en/Global-Blockchain-Market-Report-2021.html> (дата звернення: 12.10.2024).
14. Research and Markets. Global blockchain market 2021–2026. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5359075/global-blockchain-market-2021-2026> (дата звернення: 12.10.2024).