5. 5G технології: Запровадження 5G забезпечує швидку та надійну мережу для підключення всіх аспектів життя. Це стає каталізатором для розвитку Інтернету Речей, забезпечуючи миттєвий обмін даними.

6. Цифрова Безпека та Кіберзахист: Зростання кількості онлайн-загроз вимагає розвитку сучасних систем цифрової безпеки. Все більше компаній інвестує в технології кіберзахисту, щоб захистити свою інформацію від потенційних атак.

У світлі нестримного розвитку цифрових технологій підприємства, які визначають собі місце в новому економічному ландшафті, виявляють стратегічну необхідність впровадження цифрових інновацій. Сприятливі умови для цього створюються завдяки взаємодії основних трендів цифрової трансформації.

Штучний інтелект, як визначальна технологія, революціонізує аналіз даних та прийняття рішень, допомагаючи підприємствам здійснювати точні прогнози та оптимізувати бізнес-процеси. Інтернет речей (IoT) забезпечує зв'язок між різними пристроями, створюючи "розумні" системи та об'єкти, що покращують ефективність та комфорт у всіх сферах життя. Блокчейн, забезпечуючи децентралізовану та безпечну систему обліку, революціонізує області фінансів та логістики.

Розширена реальність та 5G технології стають каталізаторами для створення інтерактивних іммерсивних середовищ, що розкривають нові можливості у сфері освіти, медицини та бізнесу. Додатково, цифрова безпека стає критичним аспектом у світі, де обсяги даних постійно зростають, а злочинці стають все винахідливішими.

Висновок. Впровадження цих інновацій дозволяє підприємствам не лише адаптуватися до швидкозмінюючогося середовища, але й бути на передових позиціях, передбачаючи та формуючи зміни, які вносить епоха цифрової трансформації. Водночас, такий підхід визначає успіх та конкурентоспроможність компаній в ері цифрового економічного розвитку.

Список літератури:

1. Kolomiiets H.M., Hlushach Yu.S. (2017). Tsyfrova ekonomika: kontroversiinist zmistu i vplyvu na hospodarskyi rozvytok. Biznes Inform. № 7, 137-143.

2. Lihonenko L., Khripko A., Domanskyi A. (2018) Zmist ta mekhanizm formuvannia stratehii didzhytalizatsii v biznes-orhanizatsiiakh. Internauka: mizhnarodnyi naukovyi zhurnal. Ekonomichni nauky. 2018. Vypusk № 22 (62) 21-24.

Кудлай В.Г.,
Національний авіаційний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Анотація. Проведено аналітичне дослідження сутності, особливостей та ключових тенденції розвитку маркетингу. Визначено перспективні напрямки розвитку маркетингу в цифровій економіці.

Ключові слова: цифрові технології, цифровий маркетинг, віртуальне середовище, інструменти маркетингу, маркетингові комунікації.

Сучасні глобальні виклики, що пов'язані з бурхливим розвитком цифрових технологій в усіх сферах економіки та побуту громадян, неминуче впливають на трансформаційні процеси в сфері підприємництва, і зокрема маркетингової діяльності підприємств. Досить слушною є думка, що цифровізація світової економіки, побудова мережі інформаційних-комунікативних технологій є глобальним технологічним викликом, який не може не вплинути на світову екосистему [1].

Як показує практика провідних міжнародних і вітчизняних бізнес-організацій саме активне застосування сучасних цифрових технологій є міцною базою для конкурентоспроможної позиції в глобалізованому міжнародному середовищі. Проведені наукові дослідження свідчать, що цифрові технології при здійсненні маркетингової діяльності дозволяють отримати:

- більш ширше охоплення цільової аудиторії;
- зростання зацікавленості споживачів продуктом;
- підвищення впізнаваності та престижності бренду;
- більш якісний контент;
- прозору комунікаційну політику;
- постійний комунікаційний зв'язок продавців з існуючими та потенційними споживачами.

В сучасному цифровому світі більшість споживачів традиційні канали просування товарів та послуг вважають такими, що не відповідають вимогам часу і не є зручними і адаптивними до потреб і стилю життя індивіда. Серед сучасних трендів, які дають можливість бізнес-організаціям розширити ринки збуту своєї продукції, є надання можливості споживачам здійснювати процес купівля як через фізичні магазини, так і через віртуальні канали продажу.

Стрімка цифровізація всіх галузей економіки відкриває нові можливості для бізнесу, активізує інноваційну складову підприємницької діяльність, підвищує конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва. Так, бурхливий розвиток цифровізації потребує трансформаційних змін в бізнес-моделях, стратегіях та тактичних інструментах суб'єктів господарювання.

Аналіз фахової економічної літератури та практики провідних бізнес-організацій дає можливість зробити висновки, що сучасні засоби масової інформації передбачають активну участь користувачів у процесах маркетингу, а також вірусне розповсюдження інформації серед клієнтів та споживачів. Таким чином виникає нагальна потреба у необхідності здійснення радикальних трансформацій у використанні маркетингових підходів та застосуванні новітніх інструментів. [2]. Отже, саме інформаційно-комунікаційні технології набувають важливої ролі в розвитку сучасних бізнес-процесів.

Серед сучасних інструментів маркетингу, який використовує цифрові технології виділяють:

- Search Engine Marketing,
- SEM – пошуковий маркетинг;
- SEO – оптимізація сайту в системах пошуку;
- SMM – соціальний медіа-маркетинг;
- Big Data – технології,
- ECRM (e-Customer Relationship Managment) – стратегія розвитку підприємства в Інтернеті, що зорієнтована на клієнта;
- WOM (Word of Mouth Marketing) – вірусний маркетинг;
- RTB – торги у реальному часу;

- AM (Affiliate Marketing) – партнерський маркетинг;
- VSM (Video Search Marketing) – маркетинг відео систем;
- PR 2.0 (Public Relations) – створення іміджу компанії в мережі Інтернет. [3]

Отже, сучасний маркетинг використовує такі цифрові канали:

- мережу Інтернет, а також різноманітні пристрої, за допомогою яких можна використовувати Інтернет мережу;
- локальні мережі (Екстранет) та спеціальні пристрої для забезпечення внутрішньокорпоративних цілей;
- широкий спектр мобільних девайсів, на які можна відправляти повідомлення у вигляді SMS- та MMS-повідомлень;
- цифрове телебачення, яке інтегрується із Інтернет-додатками та дає доступ до сторінок соціальних мереж;
- інтерактивні екрани, а також POS-термінали, які дозволють змінити зовнішню рекламу. Такі інтерактивні екрани варто розміщувати в місцях локалізації цільової аудиторії.

Список літератури:

1. Кудлай В.Г. Глобальні тренди екологічного розвитку світової економіки в умовах цифровізації. Галицький економічний вісник. 2023. Том 84. № 5. С. 7-14.

2.Кудлай В. Г. Актуальні напрямки розвитку сучасного маркетингу. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін : матеріали наук.-практ. конф. (м. Полтава, 2022 р.). Полтава, 2022. С. 1126–1128.

3.Кравцова А. Використання цифрових технологій в маркетинговій діяльності. Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. 2018. № 2 (11). С.75-81.

Галавська Г.О.,здобувачка ОС бакалавр
ОПП «Підприємництво та бізнес-технологій»
Науковий керівник: **Школенко О. Б.**,к.е.н.,
доцент кафедри економіки та бізнес-технологій
Національний авіаційний університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ ШЛЯХОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЙОГО ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Анотація. У цій роботі розкрито можливості підвищення ефективності ведення бізнесу в умовах війни завдяки використанню цифрових технологій. Розглянуто сутність поняття цифровізація в контексті ведення господарської діяльності, її значення та вплив на український бізнес. Також висвітлено технологічні рішення та інструменти цифровізації, використання яких на практиці призводить до підвищення ефективності бізнесу та покращення його кінцевих показників під час війни.

Ключові слова: цифровізація, бізнес, ефективність, цифрові технології, війна, адаптація, автоматизація.