

розповідає історію бренду, надає корисну інформацію і стимулює залученість через блоги, відео та подкасти.

- соціальні медіа: адаптування стратегії для різних платформ соціальних медіа, розробка персоналізованих кампаній для взаємодії з аудиторією та підвищенням залученості.

Використання новітніх інструментів соціальної аналітики для вимірювання впливу соціальних мереж.

- використання штучного інтелекту: впровадження рішення на основі даних для прогнозування трендів і попиту споживачів. Застосування інструментів ШІ для автоматизації маркетингових кампаній та персоналізації комунікацій.

- мобільний маркетинг: оптимізація маркетингових кампаній для мобільних пристроїв, враховуючи зростаючу кількість користувачів, які взаємодіють з брендами через смартфони.

Дослідження підкреслює важливість інтегрованого підходу до інтернет-маркетингу в стратегічному плануванні сучасних підприємств. Виявлено, що ефективне використання інтернет-маркетингових інструментів сприяє збільшенню відомості бренду, залученню нових клієнтів та підвищенню загальної ефективності бізнесу. Рекомендовані стратегії оптимізації та інноваційні ініціативи відкривають нові можливості для підприємств у підвищенні їх конкурентоспроможності та досягненні сталого розвитку в цифрову епоху.

УДК 004.4-681.5

Крупа А.Г.,

здобувач вищої освіти,

Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю. М. Потебні

Запорізький національний університет

СТРАТЕГІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ІКТ У СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Стратегії оптимізації цифрової трансформації включають в себе різноманітні підходи та методи, спрямовані на покращення процесів, результатів і конкурентоспроможності організацій за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Досвід використання ІКТ у сучасних організаціях демонструє, що успішна цифрова

трансформація вимагає впровадження різноманітних стратегій: 1) Стратегія інтеграції ІКТ, у контексті якої організації повинні розробляти стратегії для інтеграції ІКТ у всі аспекти своєї діяльності, включаючи внутрішні процеси, відносини з клієнтами, комунікації та інше. 2) Стратегія цифрової трансформації бізнес-моделі, націлена на те, що організації повинні переглянути свої бізнес-моделі та адаптувати їх до цифрової економіки. Це може включати перехід від традиційних продуктів до цифрових послуг, використання аналітики даних для прийняття рішень тощо. 3) Стратегія впровадження новітніх технологій, у контексті якої організації повинні активно вивчати та впроваджувати новітні технології, такі як штучний інтелект, інтернет речей, блокчейн тощо, щоб забезпечити конкурентну перевагу. 4) Стратегія культурної зміни, так як цифрова трансформація часто вимагає зміни корпоративної культури організації. Важливо створити сприятливе середовище для інновацій, експериментів та відкритого обміну ідеями серед співробітників. 5) Стратегія забезпечення кібербезпеки, при впровадженні якої важливо приділяти увагу безпеці даних та інформаційних систем, щоб уникнути потенційних кіберзагроз та зловживань. 6) Стратегія залучення та розвитку професіоналів, у контексті якої цифрова трансформація потребує наявності спеціалістів з високим рівнем компетентності в області ІКТ. Організації повинні розробляти стратегії залучення, утримання та розвитку талановитих ІТ-професіоналів. Це може включати програми підвищення кваліфікації, стажування та інші заходи для забезпечення наявності необхідних знань та навичок у компанії. 7) Стратегія гнучкості та адаптивності організацій, так як цифрова трансформація вимагає гнучкості та здатності до швидкого реагування на зміни в економічному, технологічному та конкурентному середовищі. Організації повинні розвивати стратегії, які дозволяють їм швидко адаптуватися до нових умов і змінювати свої процеси та стратегії відповідно до потреб ринку та технологічних можливостей. 8) Стратегія співпраці та екосистеми, так як цифрова трансформація часто відбувається через співпрацю з іншими компаніями, стартапами, університетами та іншими учасниками екосистеми. Організації повинні розвивати стратегії співпраці та створення екосистем, які дозволяють їм використовувати синергію та спільні ресурси для досягнення цілей цифрової трансформації. 9) Стратегія створення зручного

користувацького досвіду. Одним з ключових аспектів цифрової трансформації є забезпечення зручного та задовільного користувацького досвіду. Зарубіжні організації активно використовують різноманітні методи, такі як дизайн мислення та тестування користувацької взаємодії, для того щоб розробляти продукти та послуги, що відповідають потребам та очікуванням клієнтів. 10) Стратегія аналізу даних та машинного навчання. Використання аналітики даних та машинного навчання є важливим компонентом цифрової трансформації. За допомогою аналізу великих обсягів даних організації можуть здійснювати більш точне прогнозування, приймати кращі рішення та забезпечувати персоналізований підхід до клієнтів. 11) Стратегія крос-функціональних команд та гнучких методологій. Багато зарубіжних компаній переходять від традиційних ієрархічних структур управління до крос-функціональних команд, що працюють за гнучкими методологіями, такими як Scrum або Kanban. Це дозволяє швидше реагувати на зміни та ефективніше впроваджувати нові рішення. 12) Стратегія створення цифрових платформ. Деякі організації ставлять перед собою завдання розробити цифрові платформи, що дозволять їм стати центром екосистеми, залучати до співпраці сторонніх розробників та партнерів, а також надавати інтегровані рішення для клієнтів. Ці стратегії представляють собою лише деякі аспекти зарубіжного досвіду використання інформаційно-комунікаційних технологій у цифрових організаціях.

Важливо підкреслити, що успішна цифрова трансформація потребує комплексного підходу та постійного аналізу та вдосконалення стратегій відповідно до змін у технологічному та бізнес-середовищі. Ці стратегії допомагають організаціям оптимізувати свою цифрову трансформацію через ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій у сучасному бізнесі. Кожна з них відіграє важливу роль у забезпеченні успіху і конкурентоспроможності організації в цифровій епохі.

Ці стратегії є лише деякими з можливих підходів до оптимізації цифрової трансформації через використання ІКТ у сучасних організаціях. Кожна організація може вибрати та адаптувати стратегії відповідно до своїх конкретних потреб і умов. Теоретичне значення зарубіжного досвіду використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у сучасних організаціях полягає у вивченні та

аналізі найефективніших стратегій та практик цифрової трансформації. Зарубіжний досвід надає можливість зрозуміти, як різні країни та компанії вирішують схожі проблеми та досягають успіху в цифровій сфері. Практичне значення полягає в тому, що зарубіжний досвід надає конкретні приклади та кейси успішної реалізації цифрових проектів та стратегій. Це дозволяє організаціям усвідомити можливості та виклики, пов'язані з впровадженням ІКТ, і вивчити кращі практики, які допоможуть їм здійснити успішну цифрову трансформацію [1].

Список використаних джерел

1. Крупа А. Трансформація парадигми ІКТ в цифровій економіці як умова створення нових можливостей для розвитку. Формування цифрових компетентностей у процесі викладання дисциплін «цифрової гуманітаристики» та управлінсько-економічного циклу в умовах діджиталізації / Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2023 року. Львів: Торунь-Liha-Pres, 2023. С.124-129

УДК 336.7:330.3

Крутогорський Я.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління та адміністрування,

Стецик Я.В.,

здобувач третього рівня вищої освіти,
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ ВАЛЮТИ НА ОПОДАТКУВАННЯ

В останні роки розповсюдження цифрових технологій у фінансових системах набуло значного зростання. У наукових та економічних спільнотах світу широкого обговорення набувають проблеми впровадження цифрових валют (CBDC), регулювання ринку криптовалют, стейблкоїнів та їх впливу на фінансові ринки, системи оподаткування, банківську діяльність.

Цифрові валюти можуть стати революційним важелем дії на платіжні системи, зробити грошові перекази дешевшими та швидшими, а також забезпечити доступ до фінансових послуг для людей, які раніше не мали такої можливості. Однак, зростання