

компаніям збільшувати свою ринкову частку та досягати успіху в умовах жорсткої конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Roberts, K. (2005). *Lovemarks: The future beyond brands*. PowerHouse Books.
2. de Chernatony, L. (2006). *From brand vision to brand evaluation: The strategic process of growing and strengthening brands*. Butterworth-Heinemann.
3. Stokburger-Sauer, N., Ratneshwar, S., & Sen, S. (2012). Drivers of consumer-brand identification. *International Journal of Research in Marketing*, 29(4), 406-418.
4. Fournier, S., & Alvarez, C. (2012). Brands as relationship partners: warmth, competence, and in-between. *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 177-185.
5. Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *The Journal of Marketing*, 1-22.
6. Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
7. Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-373.

УДК339.138

Бондаренко В.Є., Бабченко Д.С.

здобувачі вищої освіти,
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У МЕНЕДЖМЕНТІ ТА
МАРКЕТИНГУ: ВІД ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДО
БЛОКЧЕЙНУ**

Використання інноваційних технологій в управлінні є актуальною темою в сучасному світі. Завдяки технологіям менеджери та маркетингологи мають доступ до нових інструментів, які допомагають підвищити ефективність бізнесу, збільшити продуктивність та знизити витрати. Цифровізація глобального суспільства, яка проявляється і в Україні, спонукає компанії впроваджувати сучасні проєкти з оптимізації економіки та технологічного зростання бізнес-процесів.

Інноваційні методи можна використовувати в усіх сферах управління, включаючи управління проектами, виробництво, маркетинг, фінанси, логістику та інші. Менеджмент та маркетинг ставить нові вимоги до системи обліку та аналітичного забезпечення виробничої діяльності, приділяє більше уваги стратегічному плануванню, намагається уникати посередницьких витрат, охороняє комерційну таємницю. Крім того, використання інноваційних технологій може допомогти бізнесу змінитися та адаптуватися до ринкових умов, що швидко змінюються.

Штучний інтелект (ШІ) стає все більш популярним у менеджменті та маркетингу в сучасних умовах. Ця технологія допомагає підприємствам визначати тенденції та передбачати ринкові тренди, що дозволяє компаніям приймати перспективні рішення та зменшувати ризики. ШІ також допомагає підприємствам відстежувати та аналізувати дані про клієнтів, що дозволяє вдосконалювати маркетингові стратегії та збільшувати продажі.

ШІ — це програма, навчена мислити й реагувати як людина, імітація людського мозку, що стає все більш популярним у менеджменті та маркетингу. Це також наукові знання та технології для створення інтелектуальних машин, програм, послуг, додатків тощо [1]. ШІ має на меті оптимізувати роботу компанії, відкриваючи раніше недоступні горизонти, знижуючи витрати, створюючи конкурентну перевагу та дозволяючи людям займатися творчою діяльністю, а не рутиною. Використання штучного інтелекту у маркетингу та менеджменті зробить послуги більш професійними, ефективними та зручними, так як дана технологія допомагає компаніям визначати тенденції та передбачати ринкові тренди.

Технології ШІ дозволяють компаніям краще спілкуватися та розуміти своїх клієнтів. Маркетологи можуть використовувати методи штучного інтелекту для виявлення популярних мікротрендів і прогнозування трендів. У результаті компанії можуть приймати кращі стратегічні рішення, встановлювати чіткі цілі на майбутнє та точніше розподіляти кошти на рекламу. Що стосується управління, то це допомагає менеджерам вивести на новий рівень якість та обслуговування бізнес-процесів і оптимізувати діяльність підприємства [2].

Інтернет речей (IoT) - це ще одна інноваційна технологія, яка допомагає підприємствам вдосконалювати процеси менеджменту та маркетингу. IoT забезпечує збір даних з різних пристроїв та

обладнання, їх обробку та аналіз, що дозволяє підприємствам збільшувати ефективність та продуктивність.

Блокчейн — розподілена база даних, що зберігає впорядкований ланцюжок записів (так званих блоків), що постійно довшас. Кожен блок містить часову позначку, хеш попереднього блоку та дані транзакцій, подані як хеш-дерево. Це дозволяє підприємствам забезпечувати безпеку та конфіденційність даних, що дозволяє збільшити довіру клієнтів та зменшити витрати на інформацій безпеку [3].

Окрім того, блокчейн дозволяє підприємствам використовувати криптовалюти для здійснення платежів, що зменшує витрати на міжнародні операції та забезпечує швидкість та безпеку операцій.

Доповнена та віртуальна реальність – ці технології можна використовувати для покращення взаємодії з користувачем та підвищення ефективності навчання. Фактично, доповнена реальність, представляє собою унікальний інструмент маркетингу, який може впливати на покупця на кожному етапі прийняття рішення про покупку.

Розвиток маркетингу та збільшення обсягу даних призвели до більш ефективного прийняття рішень у багатьох випадках, наприклад, у програмному маркетингу та банківській справі. Дослідження показали, що використання даних надало виробникам інформацію для кращого розуміння потреб своїх клієнтів [4].

Інноваційні технології мають великий потенціал для покращення бізнес-процесів і підтримки конкурентоспроможності компаній. Основні напрямки – штучний інтелект; інтернет речей; блокчейн; доповнена та віртуальна реальність.

Отже, використання інноваційних технологій у менеджменті та маркетингу стає все більш популярним та необхідним для бізнесу та забезпечити свою конкурентоспроможність на ринку. Ці технології можуть стати потужним інструментом для досягнення бізнес-цілей та покращення ефективності діяльності підприємства.

Список використаних джерел.

1. Створення рішень для бізнесу на основі AI. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/development-services/artificial-intelligence.html>
- 2 Штучний інтелект у системі прийняття управлінських рішень URL: ua/articles/book/15882-SHtuchnij_%D1%96ntelekt_u_sistem%C3%91/1.html/
3. Блокчейн. URL: <http://surl.li/pbjk>
4. Блокчейн маркетинг: можливості застосування в сфері реклами URL: <http://gt-trader.com.ua/blokchejn-marketing-mozhливosti-zastosuvannja-v>