

соціальних обов'язків. Серед них - робота в умовах небезпеки, адекватне реагування на жахливі події, що відбуваються в суспільстві, та беззаперечне надання допомоги. Дуже важливо, щоб бізнес демонстрував свою соціальну відповідальність не лише на словах, але й на ділі.

Окрім викликів, вона також відкрила нові можливості в маркетингу. Це означає, що онлайн-маркетинг стає все більш важливим, а попит на етичні та відповідальні продукти зростає, оскільки споживачі стають більш свідомими у своїх рішеннях та покупках і хочуть знати про *tone of voice* компанії. Інший аспект - залучення інфлюенсерів до просування продуктів і послуг, розширення інформаційного простору з ними.

Шляхом адаптації підприємств є елементи маркетингу такі як: Оптимізація витрат - невід'ємна частина маркетингової стратегії у воєнний час. Кошти слід виділяти на маркетинг, який чітко спрямований на залучення клієнтів. Інтернет-реклама найкраще підходить для цього завдання. Це пов'язано з тим, що вона може швидко залучити цільову групу, що безпосередньо призводить до збільшення замовлень. Слід також ретельно стежити за географічним охопленням рекламної кампанії.

У воєнний час маркетинг повинен адаптуватися до різних ситуацій і зосередитися на задоволенні основних потреб, зокрема логістичних труднощів. У деяких регіонах доставка товарів може бути ускладнена або взагалі неможлива. Тим не менш, хорошим прикладом є лідер логістичного ринку "Нова Пошта", яка, незважаючи на війну та складні умови, ставить інтереси клієнтів на перше місце над прибутком.

Отже, можна зробити висновок, що війна впливає на економіку країни та бізнес-середовище, але маркетинг може допомогти бізнесу відновити свою діяльність та розвиватися. Щоб відновити бізнес в Україні, компанії можуть скористатися такими шляхами адаптації маркетингу, як застосування тактичної маркетингової стратегії, зміна ринку та цільової аудиторії, оптимізація витрат, зміна контент-стратегії, що дозволить забезпечити ефективну маркетингову діяльність в умовах війни.

УДК 330.675

Бурка Б., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Сучасний маркетинг переживає період інтенсивних трансформацій, зумовлених широким розповсюдженням цифрових технологій. Цифрова диджиталізація відкриває нові горизонти для маркетингу, зокрема через впровадження інноваційних платформ, таких як web3 і метасвіти. Ці новітні

технології пропонують значні можливості для інтеграції бізнесу, забезпечуючи нові маркетингові стратегії та підходи. Визначення та ключові характеристики web3 та метасвітів, їхніх переваги для маркетингових стратегій, а також аналіз поточного стану маркетингових технологій в контексті диджиталізації добре відображають роль цих інновацій у формуванні нових маркетингових трендів.

Пошук технологічних інновацій підприємствами

У сучасному висококонкурентному цифровому середовищі підприємства постійно шукають технологічні інновації, щоб зберегти перевагу. Згідно з дослідженням IDC (Міжнародна корпорація даних), прогнозується, що до 2025 року світові витрати на перехід до сучасних технологій досягнуть 2,8 трлн доларів, що вказує на значне зростання інвестицій. Web3 революціонізує те, як підприємства взаємодіють, обробляють і керують даними в онлайн-світі. Оскільки компанії в таких галузях, як фінанси, нерухомість, зелена енергетика та охорона здоров'я, досліджують переваги цієї технології, потенційний вплив Web3 на економіку та бізнес є величезним.

Можливі майбутні адаптації. У майбутньому можлива адаптація до новітніх технологічних умов може виявити ключові стратегії для подолання потенційних викликів при входженні у сферу нового інтернету (web3). Однією з таких потенційних ініціатив може стати створення віртуальної галереї мистецтв як простору, де художники зможуть продавати свої твори як NFT. Цей підхід може не лише вирішити проблему обмеженості фізичного простору для виставок, зокрема в умовах обмеженого фізичного доступу до них, але й створити нові можливості для монетизації творчості.

Вплив web3 на розвиток диджиталізації. Web3 має багато рішень сучасних проблем.

Інша перспективна ідея полягає в застосуванні блокчейн-технологій українськими IT-підприємствами, для забезпечення прозорості та безпеки в ланцюжках поставок продукції. Такий інноваційний підхід має потенціал зміцнити довіру споживачів та ефективно оптимізувати логістику та управління запасами.

Не варто ігнорувати потенціал українських розробницьких компаній відеоігор, які могли б створити популярні ігри у метасвіті. Такі нові підходи до гри можуть надати гравцям не лише можливість занурення у віртуальні світи, але й заробляти реальні кошти через інтеграцію криптовалюти в геймплей.

Ці потенційні ініціативи відображають, як майбутні інновації можуть сприяти вирішенню актуальних викликів та відкривати нові шляхи для зростання та розвитку українських компаній на локальному та глобальному ринках. Вони підкреслюють значення впровадження новітніх технологій і відкривають перспективи для розвитку українського бізнесу в контексті трендів розвитку маркетингових технологій в умовах диджиталізації.

Перспективність моделі. Розвиток Web3 в сфері маркетингу розширює можливості для більш глибокої та персоналізованої взаємодії з цільовою аудиторією, відкриваючи нові канали комунікації та розповсюдження контенту. Використання NFT як інструменту для верифікації власності та оригінальності контенту також вносить зміни в традиційні підходи до брендингу та лояльності споживачів. Більше того, впровадження блокчейн-технологій дозволяє реалізовувати прозорі та безпечні транзакції, що значно знижує ризики та витрати, пов'язані з захистом авторських прав та інтелектуальної власності.

У майбутньому, можливості Web3 у сфері маркетингу й диджиталізації зможуть значно трансформувати ринкові стратегії, забезпечуючи компаніям та творцям нові методи для ефективної взаємодії з аудиторією, збільшення доходів та зміцнення бренду. Ці інноваційні підходи не тільки змінюють сприйняття та використання цифрового контенту, але й вказують на зростання значення цифрової ідентичності та власності у віртуальному просторі.

Під час використання в різних секторах економіки незмінна та прозора природа блокчейну, основи Web3, ідеально підходить для управління ланцюгом поставок. Це дозволяє відстежувати товари в режимі реального часу, забезпечуючи автентичність товару та мінімізуючи шахрайство. Тепер компанії можуть відстежувати шлях продукту від його походження до кінцевого споживача, забезпечуючи підзвітність на кожному етапі.

Перспективи та виклики для українських бізнесів.

Розвиток цифрової інфраструктури: Україна продовжує розвивати свою цифрову інфраструктуру, включаючи широкосмуговий інтернет та мобільний зв'язок, що створює сприятливі умови для зростання цифрового бізнесу та електронної комерції.

IT-аутсорсинг та розробка: Україна вже відома своїм сильним IT-сектором і висококваліфікованими фахівцями. Це приваблює іноземні компанії та інвестиції, сприяючи подальшому розвитку та інноваціям.

Впровадження технологій Web3 та блокчейну: Україна має потенціал стати лідером у впровадженні новітніх технологій, таких як Web3 та блокчейн, в різних секторах економіки, від фінансів до культури.

Експортні можливості: Цифровізація відкриває українським компаніям широкі можливості для виходу на міжнародні ринки, забезпечуючи експорт товарів та послуг без необхідності фізичної присутності.

Виклики для українського ринку

Кібербезпека: Зі зростанням цифрової економіки зростає й ризик кібератак. Українським компаніям необхідно інвестувати в кібербезпеку та захист даних для забезпечення довіри клієнтів та партнерів.

Відповідність законодавству: Швидке впровадження нових технологій вимагає адаптації законодавчої бази, що може стати викликом у зв'язку з потребою в швидких та ефективних законодавчих змінах.

Конкуренція на міжнародному ринку: Українським компаніям необхідно конкурувати не лише з місцевими, але й з міжнародними гравцями, що вимагає значних зусиль у сфері маркетингу, якості продукції та інновацій.

Навички та освіта: Швидкий розвиток технологій вимагає від працівників постійного оновлення знань та навичок. Система освіти та професійного розвитку має адаптуватися до цих потреб, щоб забезпечити ринок праці кваліфікованими кадрами.

Українські бізнеси стоять перед значними перспективами та викликами у контексті диджиталізації. Використання потенціалу новітніх технологій, таких як Web3 та блокчейн, може відкрити широкі можливості для розвитку та міжнародної експансії. Водночас необхідно зосередитись на зміцненні кібербезпеки, адаптації законодавства, підвищенні конкурентоспроможності та розвитку людських ресурсів для повноцінного використання цих можливостей.

Література

1. Асоціація "ІТУкрaina": <https://itukraine.org.ua>
2. Українська асоціація блокчейну: <https://uabio.org>
3. Міністерство цифрової трансформації України:
<https://thedigital.gov.ua>

УДК 339.138

Білорус М.О., здобувач освіти
Фірсова С. Г., науковий керівник, к.е.н., доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ СУБ'ЄКТУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

В умовах цифровізації настала ера маркетингу 4.0 (цифрового маркетингу), який стає найбільш ефективним інструментом формування позитивного іміджу організацій, значно підвищує їх впізнаваність та рівень лояльності основних споживачів, що набуває особливої актуальності в роботі суб'єктів ресторанного бізнесу. Починаючи з часів пандемії коронавірусу і до сьогодні (умов війни) сторінки у соціальних мережах та сайти організацій стають по суті основним каналом інформації про ресторани та їх продукцію і послуги.