

5. Розвивайте навички управління ланцюгами поставок та ефективність транспортної логістики. <https://plaskeacademy.com/ukr> (дата звернення 03.12.2024).

6. Багаторічний досвід у сфері логістики дозволів фахівцям Sovtes зробити процес вантажоперевезень більш прозорим й ефективним. <https://web.sovtes.ua/> (дата звернення 03.12.2024).

7. Автоматизацію можна легко масштабувати залежно від зростання попиту або розширення виробництва. <https://sbrobotics.ua/> (дата звернення 03.12.2024).

8. Повний бізнес-процес транспортно-експедиційної діяльності. <https://www.transdoc.io/> (дата звернення 03.12.2024).

9. Підвищити ефективність та автоматизуйте ваш бізнес з нашими інноваційними рішеннями. <https://auditsoft.com.ua/> (дата звернення 03.12.2024).

10. Хмара для бухгалтерії. Приватна хмара (private cloud) — окремо виділена хмарна інфраструктура, підготовлена для одного клієнта та надана йому в ексклюзивне використання за моделлю «як сервіс». <https://gigacloud.ua/>. (дата звернення 03.12.2024).

11. Зростання доходів, скорочення витрат, підвищення якості сервісу та лояльності клієнтів. <https://abmcloud.com/uk/solution/> (дата звернення 03.12.2024).

12. GigaTrans реалізує комплексні IT-рішення під потреби кожного клієнта з можливістю розмістити серверне устаткування в дата-центрі, побудувати хмарну інфраструктуру, захистити бізнес від кіберзагроз та DDoS-атак. <https://gigatrans.ua/> (дата звернення 03.12.2024).

Шевченко І. О.¹

¹ д-р екон. наук, доц., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна

ТРЕЙДИНГОВИЙ ЦИФРОВИЙ ДВІЙНИК: ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ЧИ ЗАГРОЗА ОСОБИСТОСТІ

В умовах цифровізації останні тенденції показали, що деякі з глобальних проблем можна вирішити за допомогою інноваційних і наскрізних технологій та цифрових інструментів. Застосування технології вертикальної інтеграції та запровадження механізмів трансформації підтримуються наскрізними інструментами управління технологіями. Для належного розвитку цифрової економіки взагалі та цифрової торгівлі зокрема необхідно впроваджувати наскрізні технології на основі цифрового близнюка. Ці технології є інструментальними алгоритмами та інтелектуальними інструментами, спрямованими на вирішення стратегічних завдань. Це включає фреймове представлення необхідних і достатніх знань для передбачення та вирішення проблемних ситуацій у функціонуванні керованого об'єкта.

У науці цифровим двійником називають віртуальну модель реального фізичного об'єкта. Концепція цифрового близнюка була введена в 2002 році М. Гривсом, доктором комп'ютерної інженерії з Університету Мічигану, хоча сам термін був введений Гривсом лише в 2011 році. [1]

Вперше в 2024 році докторській дисертаційній роботі Шевченко І.О. «Парадигма розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках» автором було запропоновано трактування поняття «трейдинговий цифровий двійник» як цифрового відображення об'єктів та процесів (людини, магазину, компанії, бізнес-процесів тощо) у віртуальному просторі, що дозволяє створювати та реалізовувати персоналізовані, унікальні товари і послуги від імені фізичної та / або юридичної особи за рахунок взаємодії з іншими учасниками торговельного процесу на глобальних ринках. [2]

Введення в науковий глосарій визначення «трейдинговий цифровий двійник» спричинило створення нових підходів для стимулювання розвитку цифрової економіки. Проте, необхідно звернути увагу, що трейдингового цифрового двійника не можна розглядати як самостійний суб'єкт. Він лише діє як інструмент, за допомогою якого реальна особа взаємодіє в контексті цифрової торгівлі. Трейдинговий цифровий двійник є детальним моделюванням конфігурацій фізичних об'єктів і динамічним моделюванням змін у продукті чи послугі, процесі та ресурсах у торговому процесі. Трейдингові двійники забезпечують процес цифрової торгівлі та використовуються для підвищення ефективності торгових процесів. За допомогою цього інструменту можна ідентифікувати ризики та загрози проблемних ситуацій у цих процесах на основі процедур діагностики та контролю їх стану.

Варто наголосити, що використовувати цей цифровий інструмент може не лише законний власник цифрової ідентифікації, а й інша особа. Це породжує численні загрози. Еволюція безпеки ідентифікаційної інформації була постійною гонкою проти все більш складних загроз. Синтетичні ідентифікаційні дані та дипфейки пов'язані із виникненням шахрайства з ідентифікаційними даними. Колись біометричну автентифікацію вважали «срібною кулею» для підтвердження особи, але якщо нещодавні атаки навчили нас чогось, так це того, що жоден продукт не є надійним у сфері кібербезпеки.

Нещодавно з'явилася нова, менш складна, але дуже ефективна загроза: фізичні атаки з використанням силіконових копій відбитків пальців і гіперреалістичних силіконових масок, а також вплив трейдингового цифрового двійника на вибір фізичної особи в цифровому середовищі.

Перелік використаної літератури

1. GRIEVES M & VICKERS J, 2016, Origins of the Digital Twin Concept, ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/307509727_Origins_of_the_Digital_Twin_Concept

2. Шевченко І.О. Парадигма розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук 503 стр. URL: https://www.wunu.edu.ua/svr/svr_D/shevchenco/diser.pdf

3. Шевченко І. О. Гармонізація цифрової торгівлі на глобальних ринках: український та міжнародний досвід : монографія. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 460 с. ISBN 978-966-654-741-8

Гатило В. П.¹, Танцюра О. А.²

¹ канд. екон. наук, доц., завідувачка кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна

² здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, спец. 075 Маркетинг, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА З УРАХУВАННЯМ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ: ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ БІЗНЕСУ

У сучасному бізнес-середовищі цифрові технології та соціальні медіа стають одними з основних інструментів для формування комунікацій з цільовими аудиторіями. Промислові підприємства, що традиційно працюють з фізичними продуктами, все більше орієнтуються на використання цифрових платформ для просування своїх товарів і послуг. Особливо важливою є адаптація маркетингових стратегій до змінюваних умов споживчої поведінки, зокрема в соціальних мережах, де більшість покупців активно взаємодіють з брендами, отримують інформацію про продукти і беруть участь у формуванні загальних тенденцій на ринку.

У цьому контексті розробка ефективних маркетингових комунікацій для промислових підприємств у соціальних медіа набуває особливої актуальності. По-перше, соціальні медіа дозволяють залучати нових споживачів, підвищувати впізнаваність бренду та зміцнювати лояльність вже існуючих клієнтів. По-друге, соціальні медіа надають можливість підприємствам здійснювати безпосередній зворотний зв'язок з клієнтами, розуміти їх потреби та потреби, що є важливим фактором для розвитку бізнесу і забезпечення його економічної безпеки.

Враховання особливостей споживчої поведінки в соціальних медіа дозволяє формувати персоналізовані та релевантні маркетингові комунікації, що значно підвищує їх ефективність. Оскільки споживчі смаки та пріоритети постійно змінюються, це ставить на перший план важливість динамічного підходу до планування маркетингових стратегій.

Таким чином, розвиток маркетингових комунікацій у соціальних медіа для промислових підприємств, враховуючи особливості поведінки споживачів, є критично важливим для успішного функціонування та довгострокового розвитку підприємств, а також для забезпечення їх економічної безпеки в умовах сучасних ринкових викликів.