

впровадження ІТ-рішень значною мірою залежить від культурного середовища, яке підтримує інновації, відкритість до змін та взаємодію всередині колективу. Важливу роль у цьому процесі відіграють емоційний інтелект і професійна культура [4], які сприяють формуванню сприятливого соціально-психологічного клімату, підвищують адаптивність персоналу до змін і підтримують довгострокову ефективність організації. Отже, поєднання цифрових технологій з культурно-ціннісними чинниками управління створює основу для стійкого розвитку підприємств і їх здатності реагувати на сучасні виклики.

Список використаних джерел:

1. Громцева Д.К., Крупський О.П. Професійна культура і безпека: інноваційний підхід до впровадження в медичному закладі. *European Journal of Management Issues*. 2015. № 5. С. 15–23. <https://doi.org/10.15421/191517>.
2. Кобченко А.А. Інформаційні технології в туризмі як елемент економічної безпеки держави. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 19. С. 79–82.
3. Крупський О.П., Кобченко А.А. Організаційна культура як чинник економічної безпеки туристичного підприємства. *Науковий Вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 10. С. 149–152.
4. Стасюк Ю., Вайнілович І., Кобченко А. Роль емоційного інтелекту та професійної культури у розвитку закладів вищої освіти. *Challenges and Issues of Modern Science*. 2024. Т. 3. С. 214–222. <https://cims.fti.dp.ua/j/article/view/265>.
5. Krupskyi O.P., Kuzmytska Y. Organizational culture and business strategy: connection and role for a company survival. *Central European Business Review*. 2020. Vol. 9(4). pp. 1–26. <https://doi.org/10.18267/j.cebr.241>.

Стасюк Ю. М.¹, Незнайко С. Г.²

¹Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

²Університет прикладних наук міста Миттвайда (Німеччина)

РОЗВИТОК БІЗНЕСУ

НА ЗАСАДАХ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ЄВРОПІ

Інтернет-маркетинг відіграє ключову роль у трансформації сучасного бізнесу, виступаючи не лише як інструмент просування, але й як платформа для формування конкурентних переваг у цифровому середовищі. У Європі активне впровадження цифрових технологій сприяє розвитку нових бізнес-моделей,

посиленню клієнтоорієнтованості та зростанню ринку електронної комерції. Особливої ваги набуває інтеграція інтелектуальних систем, зокрема чат-ботів на основі штучного інтелекту, що розширюють можливості персоналізованої комунікації зі споживачами [3]. Дослідження глобальних трендів свідчать про зростаючу роль цифрових технологій у модернізації торговельної сфери, що прямо впливає на ефективність маркетингової діяльності як у великих компаніях, так і в малому та середньому бізнесі [4]. Враховуючи ці тенденції, актуальним є аналіз особливостей розвитку бізнесу на засадах інтернет-маркетингу в європейському контексті, що дозволить окреслити перспективні напрямки цифровізації та інноваційної активності підприємств.

Розвиток бізнесу на основі інтернет-маркетингу в Європі тісно пов'язаний із рівнем цифровізації економіки, який, у свою чергу, залежить від таких критичних чинників, як поширення доступу до Інтернету, сприятливе середовище для електронної комерції та інтеграція цифрових рішень у всі сфери суспільно-економічного життя. Країни Європейського Союзу послідовно реалізують політику цифрової трансформації, зокрема через розвиток цифрового єдиного ринку, що передбачає гармонізацію правил електронної комунікації, захист прав споживачів, впровадження технічних стандартів та підтримку інноваційних ініціатив. Цифрова трансформація вважається одним із пріоритетів економічної стратегії ЄС, що спрямована на посилення конкурентоспроможності, зменшення витрат часу на комерційні операції, підвищення безпеки електронних транзакцій і забезпечення широкого доступу населення до фінансових та банківських послуг. Зростання електронної торгівлі сприяє модернізації логістичних процесів і створенню нових форм взаємодії з клієнтами, що є фундаментом інтернет-маркетингових стратегій. Цифрові технології відіграють ключову роль у трансформації сучасної торгівлі, формуючи глобальні тренди та відкриваючи нові можливості для національних економік, зокрема для України [4].

Інвестиції в інформаційно-комунікаційні технології, зокрема у розвиток широкосмугового доступу до Інтернету, залишаються одним із головних напрямів європейської політики. Європейська комісія активно підтримує проекти з розширення цифрової інфраструктури, сприяючи інтеграції нових сервісів, таких як електронне здоров'я, смарт-міста чи цифрове виробництво. У 2024 році

доступ до Інтернету мали 94% домогосподарств у країнах ЄС [2], що свідчить про високий рівень цифрової інклюзії населення (рис. 1). Окремі країни, як-от Нідерланди та Люксембург, досягли майже повного охоплення, тоді як держави з нижчими стартовими показниками демонструють динамічне зростання, підтверджуючи ефект «наздоганяючого розвитку».

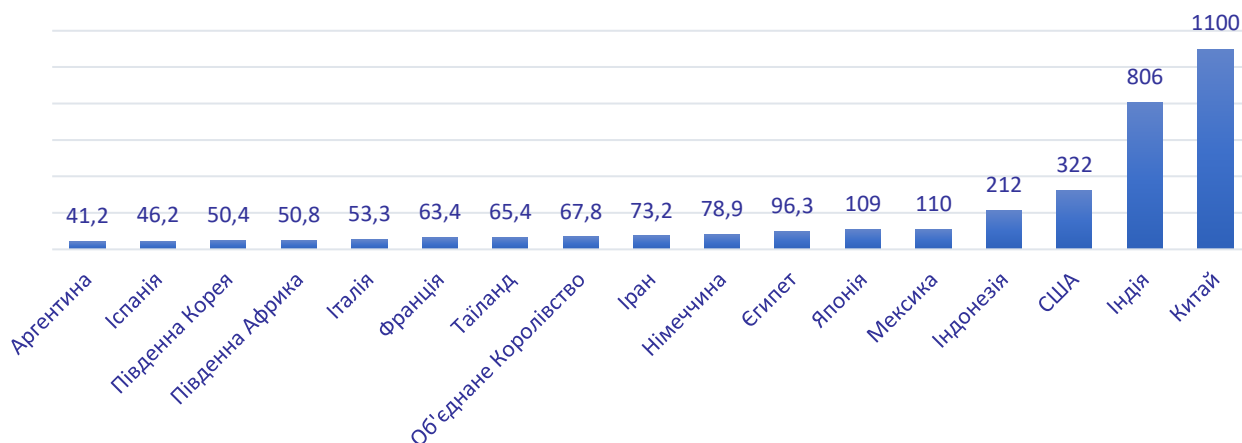


Рис. 1. Країни з найбільшою кількістю користувачів Інтернету у світі станом на лютий 2025 року (млн) [1]

На цьому тлі важливо зазначити, що країни, які не є членами ЄС, зокрема Україна, Туреччина чи Грузія, також докладають значних зусиль до розбудови цифрової інфраструктури. Розширення доступу до Інтернету в цих державах є передумовою для повноцінної інтеграції у глобальні ринки електронної торгівлі. Це, в свою чергу, створює сприятливе середовище для розвитку сучасного інтернет-маркетингу, що базується на цифровій комунікації, аналітиці споживчих даних, автоматизації процесів взаємодії з клієнтами, зокрема із залученням інструментів штучного інтелекту. Наприклад, згідно з дослідженням [4], використання GPT-технологій у маркетингу відкриває нові підходи до персоналізації пропозицій, автоматизованої обробки запитів і взаємодії зі споживачем у режимі реального часу.

Таким чином, розвиток інтернет-маркетингу в Європі є не лише результатом технологічного прогресу, але й логічним наслідком цілісної цифрової політики, спрямованої на формування єдиного європейського цифрового простору, що дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, розширити ринки збуту та активізувати інноваційну діяльність у підприємницькому секторі.

Список використаних джерел:

1. Countries with the largest digital populations in the world as of February 2025 (in millions). URL: <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>
2. European E-Commerce Report 2024. URL: https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2024/10/CMI2024_Complete_light_v1.pdf.
3. Krupskiy O.P., Vorobiova V., Stasiuk Y. Prospects of using GPT chat in marketing. *Time Description of Economic Reforms*. 2023. No. 3. P. 89–97. <https://doi.org/10.32620/cher.2023.3.11>.
4. Vorobiova V.V., Krupskiy O.P., Stasiuk Y. The Role of Digital Technologies in Modern Trade: A Study of Global Trends and Prospects for Ukraine. *Economic journal Odessa polytechnic university*. 2023. Vol. 2(24). P. 44–55. <https://doi.org/10.15276/EJ.02.2023.5>.

Стасюк Ю. М., Сидоренко К. Р.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ

У сучасних умовах формування стратегій підприємств значно зростає роль інноваційних підходів до планування й управління розвитком. Ефективність стратегічного управління безпосередньо залежить від здатності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища та раціонально використовувати свій інноваційний потенціал [1]. У світі, де обсяги даних зростають експоненціально, а швидкість прийняття рішень є критично важливою, штучний інтелект відіграє ключову роль в оптимізації управлінських процесів [6]. Штучний інтелект надає керівникам можливість ухвалювати обґрунтовані, прогнозовані та ефективні рішення на основі аналізу великих обсягів даних, дозволяє мінімізувати ризики, підвищувати ефективність управління ресурсами та адаптуватися до динамічних змін бізнес-середовища [2].

Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю глибшого розуміння того, як штучний інтелект впливає на процес управління, які його сильні та слабкі сторони, а також які перспективи його розвитку у майбутньому. У рамках цієї роботи буде розглянуто основні переваги, ризики та стратегічні можливості застосування ШІ в управлінських рішеннях, що дозволить оцінити його реальний вплив на ефективність сучасних організацій.

Однією з головних переваг ШІ є здатність швидко аналізувати великі масиви даних та знаходити закономірності, які важко виявити традиційними