

3. Dutta, P., Choi, T.M., Somani, S. and Butala, R., 2020. Blockchain technology in supply chain operations: Applications, challenges and research opportunities. *Transportation research part e: Logistics and transportation review*, 142, p.102067.

4. Godavarthi, B., Narisetty, N., Gudikandhula, K., Muthukumaran, R., Kapila, D. and Ramesh, J.V.N., 2023. Cloud computing enabled business model innovation. *The Journal of High Technology Management Research*, 34(2), p.100469.

5. Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G. and Quaglia, R., 2021. Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123, pp.642-656.

6. Munirathinam, S., 2020. Industry 4.0: Industrial internet of things (IIOT). In *Advances in computers* (Vol. 117, No. 1, pp. 129-164). Elsevier.

7. Naimi-Sadigh, A., Asgari, T. and Rabiei, M., 2022. Digital transformation in the value chain disruption of banking services. *Journal of the Knowledge Economy*, 13(2), pp.1212-1242.

8. Sarker, I.H., 2022. Ai-based modeling: Techniques, applications and research issues towards automation, intelligent and smart systems. *SN Computer Science*, 3(2), p.158.

9. Sundaram, R., Ziade, D.J. and Quinn, D.E., 2020. Drivers of change: an examination of factors that prompt managers to enforce changes in business. *International Journal of Management*, 11(5).

10. Wolniak, R. and Grebski, W., 2023. The five stages of business analytics. *Silesian University of Technology Scientific Papers. Organization and Management Series*, 178, pp.735-752.

11. Zhang, L. and Hänninen, M., 2022. Digital retail-key trends and developments. In *The Digital Supply Chain* (pp. 237-254). Elsevier.

12. Zorzetti, M., Signoretti, I., Salerno, L., Marczak, S. and Bastos, R., 2022. Improving agile software development using user-centered design and lean startup. *Information and Software Technology*, 141, p.106718.

**Бирлівський А.Ю.**

здобувач гр. ІТ-23М

**Андрощук І.О.**

канд. екон. наук., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

## УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В ІТ-СФЕРІ

Швидкий технологічний розвиток і широка поява та впровадження ІТ-технологій почали збільшувати кількість проєктів, що пропонує ІТ-сфера.

Загалом, ІТ-проєкт - це короткостроковий у часі процес, який передбачає розробку унікального продукту, послуги чи інфраструктури, наприклад, заміна застарілих послуг новими, створення комерційного веб-сайту, застосунок розробка нових моделей настільних комп'ютерів або об'єднання баз даних.

Основними проблемами, які призвели до високого рівня невдач в управлінні ІТ-проєктами, слід назвати наступні:

- процес управління ІТ-проєктами є набагато складнішим у порівнянні з традиційними проєктами;

- управління ІТ-проєктами характеризується недостатнім рівнем планування;

- більшість ІТ-проєктів реалізуються успіхом, що наражає на різні ризики;

- як правило, при управлінні ІТ-проєктами керівники стикаються зі значним обсягом роботи, що негативно з точки зору оптимізації та ефективності.

Управління ІТ-проєктами в будь-якій компанії періодично ускладнюється впливом неконтрольованих факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, які можуть

негативно вплинути на швидке та ефективне досягнення поставлених цілей, дотримання запланованих термінів та витрат. Обраний метод управління проектом значно впливає на ключові показники, такі як вимоги, витрати та строки реалізації. У разі виникнення проблем це може призводити до незадоволення замовника кінцевими результатами. Для розв'язання таких питань більшість менеджерів IT-проектів звертаються до загальновизнаних стандартів, що становлять основу методологій управління IT-проектами.

Однією з головних проблем у цій сфері є відсутність уніфікованого підходу до процесу стандартизації. Наразі існує значна кількість методологій, розроблених для управління IT-проектами, багато з яких враховують специфіку IT-технологій як об'єкта управління.

Управління проектами у сфері інформаційних технологій останнім часом отримало визнання як найефективніший на сьогодні спосіб планування та управління реалізацією інвестиційних проектів. Ці та інші проблеми особливо впливають на сучасні IT-проекти, роблячи управління проектами неефективним, а саму реалізацію ідей нерентабельною.

Загалом, найбільш поширеними проблемами, які негативно впливають на процес управління IT-проектами є наступні: проблеми, пов'язані з персоналом, кваліфікацією менеджерів та відсутністю заздалегідь сформульованої парадигми реалізації стратегічних цілей і завдань.

Особливо актуальним в сучасних умовах функціонування IT-компаній та реалізації IT-проектів є впровадження таких принципів як: зацікавленість стейкхолдерів, управління змінами, наявність команди, відповідальне планування та управління. Як результат, це дасть змогу підвищити ефективність реалізації IT-проектів.

Таким чином, в сучасних умовах посилення зовнішніх загроз удосконалення управління проектами в IT-сфері є досить актуальним із огляду на необхідність посилення ефективності їх реалізації.

**Борисевич Є.Г.**

старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу  
Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку  
м. Одеса, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ AWS В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

У сучасній цифровій епісі, коли інтернет-реклама стає основним інструментом маркетингу, компанії потребують ефективних технологічних рішень для управління своїми рекламними кампаніями. Одним із таких рішень є Amazon Web Services (AWS) — комплексна платформа хмарних послуг, що надає широкий набір інструментів для збору, аналізу та обробки даних. AWS дозволяє бізнесу швидко адаптуватися до вимог ринку, оптимізувати свої маркетингові стратегії та отримувати максимальну віддачу від інвестицій у рекламу.

AWS надає безліч хмарних сервісів, які можуть бути корисні для рекламних кампаній, особливо затребуваними серед яких є збір і обробка даних та штучний інтелект і машинне навчання [1].

AWS пропонує потужні інструменти для роботи з великими даними, що дозволяє маркетологам отримувати більш детальну інформацію про поведінку споживачів, це такі послуги як AWS SageMaker, який допомагає створювати моделі машинного навчання для прогнозування результатів рекламних кампаній та хмарне зберігання даних S3 (Simple Storage Service), яке забезпечує безпечне зберігання та доступ до даних будь-якого масштабу, що є критичним для рекламної аналітики.

Використання таких сервісів як EC2 та Lambda дозволяє рекламодавцям швидко масштабувати обчислювальні ресурси в залежності від попиту, що особливо важливо під час високих навантажень, наприклад, таких які є під час запуску великих рекламних кампаній.