

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 загально визначених 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.

Ефективна реклама вимагає розуміння аудиторії, тому AWS надає інструменти для збору та обробки величезної кількості даних про користувачів, їх поведінку, вподобання та взаємодію з рекламою, це наступні сервіси:

- Amazon Kinesis дозволяє в реальному часі збирати, обробляти та аналізувати дані про клієнтів, забезпечуючи миттєву реакцію на поведінкові зміни;
- Amazon Redshift - це швидке і масштабоване рішення для аналізу великих обсягів даних, яке дозволяє проводити складні запити до терабайт інформації, що зібрана з рекламних каналів;
- AWS Glue спрощує процес інтеграції різних джерел даних для більш точного аналізу, що допомагає краще розуміти аудиторію і відповідно налаштовувати рекламні кампанії.

Однією з найсильніших сторін AWS є інтеграція технологій машинного навчання та штучного інтелекту для оптимізації реклами. AWS надає можливість рекламодавцям будувати і тренувати моделі машинного навчання для підвищення ефективності їхніх кампаній [1,2].

Такий потужний сервіс як Amazon Sage Maker дозволяє створювати моделі машинного навчання, які можуть прогнозувати поведінку користувачів, оцінювати ймовірність конверсій, оптимізувати таргетинг та бюджетування рекламних кампаній.

Використання штучного інтелекту для аналізу великих обсягів даних дозволяє виявляти тренди та закономірності, що неочевидні на перший погляд. Це сприяє підвищенню ефективності рекламних кампаній і зменшенню витрат.

Один із ключових аспектів успішної рекламної кампанії — це правильний таргетинг і персоналізація, тому AWS надає інструменти для ефективного налаштування реклами з урахуванням індивідуальних особливостей кожного користувача, і це наступні сервіси:

- Amazon Personalize дозволяє автоматизувати процес персоналізації, створюючи унікальні рекомендації для кожного користувача на основі їхньої поведінки. Це може включати персоналізовані банери, email-кампанії, рекомендації продуктів і багато іншого.
- Amazon Pinpoint забезпечує глибокий аналіз аудиторії і дозволяє націлювати рекламні повідомлення на конкретні групи користувачів з точними повідомленнями в потрібний час.

Крім того, AWS допомагає компаніям автоматизувати процеси, пов'язані з рекламою, що дозволяє знизити витрати і покращити продуктивність. Наприклад, AWS Lambda дозволяє автоматизувати окремі частини процесу обробки даних або запуску рекламних кампаній без необхідності постійної підтримки серверів, а Amazon Simple Notification Service (SNS) і Amazon Simple Queue Service (SQS) допомагають автоматизувати обмін повідомленнями і запуск кампаній, знижуючи час на ручну роботу[1,3].

Враховуючи, що реклама часто пов'язана зі збором великих обсягів даних про користувачів, питання безпеки та конфіденційності стає ключовим. AWS забезпечує високий рівень захисту даних через шифрування, багатофакторну автентифікацію та інші засоби безпеки і для цього можна використати наступні сервіси:

- AWS Identity and Access Management (IAM), дозволяє налаштовувати контроль доступу для різних користувачів і сервісів, що мінімізує ризик витоку даних.
- AWS Shield захищає від DDoS-атак, забезпечуючи стабільну роботу рекламних сервісів навіть під час інтенсивного трафіку.

Крім того, AWS дозволяє компаніям легко масштабувати свої обчислювальні потужності, відповідно до потреб кампанії завдяки таким сервісам як Amazon EC2, який допомагає розгортати необхідні ресурси за кілька хвилин, що особливо корисно для великих рекламних кампаній, які потребують обробки великих обсягів даних або високих навантажень, а AWS Elastic Load Balancing (ELB) автоматично розподіляє трафік між кількома серверами, забезпечуючи стабільну роботу рекламних платформ навіть під час пікових навантажень.

Сьогодні особливо популярною стає програматик-реклама, тобто автоматизована купівля та продаж рекламних місць у реальному часі. AWS надає інструменти, які

допомагають оптимізувати цей процес. Це такий сервіс як Amazon Kinesis, який дозволяє в реальному часі збирати дані про рекламні аукціони та здійснювати обробку цих даних для ухвалення миттєвих рішень та AWS Data Exchange, який допомагає інтегрувати дані з різних джерел, що дозволяє покращити процес ухвалення рішень у програматик-рекламі [3].

Оцінка ефективності рекламних кампаній є критичною для оптимізації витрат та підвищення їхньої ефективності. AWS пропонує потужні інструменти для аналітики та звітності, це наступні сервіси:

- Amazon QuickSight дозволяє створювати інтерактивні візуалізації даних для аналізу ключових метрик рекламних кампаній у реальному часі.
- AWS Data Pipeline дозволяє автоматизувати процес збору та інтеграції даних для звітності, що значно спрощує аналіз результатів кампаній.

Таким чином, Amazon Web Services пропонує широкий спектр хмарних інструментів для покращення та оптимізації рекламної діяльності. Від збору та аналізу даних до автоматизації процесів і персоналізації реклами — AWS забезпечує бізнесам необхідні ресурси для підвищення ефективності маркетингових рекламних кампаній. Завдяки масштабованості, безпеці та інтеграції штучного інтелекту, AWS допомагає рекламодавцям приймати більш обґрунтовані рішення, знижувати витрати та покращувати взаємодію з клієнтами.

Література:

1. Introducing AWS for Advertising & Marketing: Helping customers reinvent <https://aws.amazon.com/blogs/industries/introducing-aws-for-advertising-marketing/> .
2. Як використовувати AWS для оптимізації вашого бізнесу. <https://nxdigitalagency.com/blog-ua/yak-vykorystovuvaty-amazon-web-services-aws-dlya-optymizaciyi-vashogo-biznesu/>.
3. Cloud Solutions for Advertising & Marketing - Cloud Computing - AWS. <https://aws.amazon.com/advertising-marketing/> .

Гавриленко С.М.

здобувач гр. МЕ-23М

Чередніченко Н.Ю.

доктор пед. наук., професор

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Розвиток аграрної сфери України залишається одним із ключових завдань сучасності, попри негативний вплив воєнного стану на функціонування національної економіки. Україна зберігає статус світової житниці, незважаючи на блокування морських портів, руйнування інфраструктури та техніки, а також тимчасове скорочення обсягів аграрного виробництва. Аграрний сектор є не лише джерелом продовольчої безпеки країни, а й важливим фактором економічної стабільності.

Застосування цифрових технологій в аграрному виробництві стає наступним етапом його розвитку, що забезпечує економію ресурсів, охорону довкілля та підвищення ефективності. Поєднання цифрових рішень із природними перевагами українського сільського господарства, зокрема родючістю ґрунтів і працьовитістю аграріїв, сприяє зміцненню конкурентоспроможності країни, що відкриває перспективи виходу України на провідні позиції у вирощуванні органічної продукції та потребує державної підтримки для розвитку відповідних механізмів у виробничій, освітній та науковій сферах [1, с. 127].

Подолання кризових явищ в аграрній галузі, спричинених війною, значною мірою залежить від цифрових трансформацій, які передбачають впровадження нових моделей