

Collectively, these principles constitute the foundation of “intelligent” communication: personalization secures relevance, contextuality ensures situational appropriateness, consistency sustains trust, and interactivity accelerates organizational learning through dialogue. Consequently, enterprises establish communication mechanisms suited to the contemporary environment, enabling efficiency gains and revenue growth. The strategic reconfiguration of the enterprises’s communication strategy thus mitigates crisis vulnerability and supports market-share expansion by elevating customer satisfaction and strengthening corporate reputation in general.

Литвиненко Є.,
здобувач вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні
Орлова А.А.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри
економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

TRANSFORMATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY UNDER THE INFLUENCE OF BUSINESS ENVIRONMENT DIGITALIZATION

The modern global economy is developing under the influence of active implementation of digital technologies in all spheres of life, including entrepreneurship. Digital business transformation changes approaches to business operations and requires new strategies to remain competitive. It involves the integration of information technologies into all aspects of enterprise functioning—management, communication, accounting, and interaction with consumers. The main goal is to enhance efficiency and the innovative potential of business [3; 135]. Key areas of digitalization include cloud services, e-commerce, HR automation, digital marketing, and social media, which form a new business model where data, information, and technology become core resources.

The COVID-19 pandemic significantly accelerated digitalization. Lockdown restrictions forced companies to quickly adapt to new conditions by implementing remote work formats, online commerce, and digital tools for personnel and customer relationship management [2]. The transition was accompanied by several challenges: lack of technical resources, insufficient digital literacy of employees, low cybersecurity levels, and difficulties in adapting to new work conditions [1; 166]. Although these factors slowed down the digital transformation of business, they did not stop its development.

Digitalization has become a key driver of the global economy: companies actively implement digital technologies, increasing their market resilience [2]. This process covers all sectors—from manufacturing and trade to finance, education, healthcare, and governance.

One of the leading modern trends is the use of artificial intelligence and data analytics to support effective managerial decision-making. For example, **Amazon** applies AI algorithms to analyze user behavior, personalize recommendations, and optimize logistics, which increases sales and reduces costs. Netflix uses viewing analytics to shape recommendations and create content, demonstrating the successful use of digital technologies for customer retention and business expansion.

The COVID-19 pandemic significantly accelerated the development of digital services in education. Platforms such as Zoom, Moodle, and Google Meet enabled the transition of the learning process to an online format, expanding access to education for millions of people [2]. Thus, the future development of digital business is associated with the further spread of technologies such as artificial intelligence, blockchain, cloud computing, and 5G communication [3; 139]. These technologies create conditions for new business models, enhance communication efficiency, and reduce operational costs. Digitalization is already transforming business practices by opening new opportunities for process automation, demand forecasting, and productivity growth.

In Ukraine, business digitalization is rapidly evolving—the examples of Grammarly, Monobank, Rozetka, and Reface confirm the effectiveness of modern technologies. Today, digital transformation is a key factor of business success, competitiveness, and innovative development.

Literature:

1. Pushkar T.A., Sobolieva H.H., Slavuta O.I. Digitalization as a factor of ensuring enterprise competitiveness. *Sustainable Economic Development*, 2 (47), 2, 165–170.
2. How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever> (date of access: 27.10.2025).
3. Pyrih S. Digital transformation of business in the context of Ukraine digital competitiveness. *Economic Forum*, 3/2023. 134-140.

Луцай Л. А.

доктор економічних наук, професор
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
м. Київ, Україна

ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У НАВЧАЛЬНІ ПРОГРАМИ З МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ

Сфери маркетингу та логістики стають все більш залежними від аналізу великих даних, прогнозувальної аналітики та автоматизації процесів. Інтеграція штучного інтелекту (AI) в освіту ґрунтується на визнанні того, що ці технології є ключовими для формування інтелектуальних стратегій у бізнесі. Якщо маркетинг використовує AI для персоналізації комунікацій та прогнозування споживчої поведінки, то логістика покладається на нього для оптимізації ланцюгів постачання, управління автономними системами та підвищення стійкості мереж. Для підготовки конкурентоспроможних фахівців інтеграція AI в освітні програми є не просто бажаною, а критично необхідною.

Мета дослідження - визначення теоретико-методичних засад та розробку практичних рекомендацій щодо ефективної інтеграції інструментів і технологій AI у навчальні програми закладів вищої освіти (ЗВО) з маркетингу та логістики, що забезпечить формування компетенцій майбутнього в Україні.

В Україні дослідженням використання AI в маркетингу та логістиці активно займаються економісти, фахівці з менеджменту та IT-галузі. Так, Арістаров Є.М. розглядає AI в сфері оптимізації логістики. За його думкою, алгоритм машинного навчання дозволяють поліпшити прогнози попиту на 20%. Але не вистачає кваліфікованих кадрів які мають необхідні знання й навички [1]. Лишенко М. О. пропонує для навчання персоналу технологіям AI використовувати короткострокові терміни навчання: підвищення кваліфікації працівників через тренінги, семінари та навчальні програми для підтримки інноваційної культури в організації [2, с. 196]. Потюк, Ю. Б., Налутка, П. В., Магнушевська, Т.М. доводять, що для досягнення максимальних результатів при використанні AI необхідна комплексна підготовка кадрів, інвестиції в інфраструктуру та розробка політики, що підтримує розвиток цифрових технологій в Україні [3]. Тардаскіною Т.М. запропоновано та обґрунтовано сучасний цифровий інструмент для закладів вищої освіти: електронний щоденник «StudDiary», використання інструментів цифрового маркетингу, маркетингових та аналітичних метрик [4]. Тугай В., Худолей В. пропонують концептуальну модель інтеграції AI в систему адаптивного управління підприємством, яка поєднує аналітичні можливості AI та управлінські компетенції персоналу, сформувати які повинні ЗВО, пристосовуючи свої навчальні плани під потреби ринку [5, с. 264-271].