

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

управління бізнес-процесами. Ці зміни включають інтеграцію цифрових інструментів і перегляд стратегічних підходів до управління. Розвиток цифрової економіки, що ґрунтується на інноваціях, можна порівняти за значущістю з революційними етапами, такими як використання енергії пару чи електрики, проте за ефективністю цифрові технології значно їх перевершують.

Серед цифрових інструментів, які, на нашу думку, активно використовуються в аграрній сфері, слід виокремити наступні: системи управління даними (Big Data, Data Mining, хмарні обчислення, Google Analytics); інструменти взаємодії із клієнтами та постачальниками (CRM та SCM-системи, чат-боти); технології управління бізнесом (Office 365, Google Docs, дашборди для оцінки KPI); GIS- та GPS-технології для здійснення моніторингу та управління аграрними процесами та електронний документообіг, що спрощує зберігання, обробку та передачу даних.

Таким чином, цифрові технології сприяють підвищенню прозорості, оптимізації бізнес-процесів та зниженню витрат, одночасно забезпечуючи відстеження виробничих та логістичних ланцюгів, що є важливим компонентом системи продовольчої безпеки. Отже, цифрові трансформації позитивно впливають на організацію аграрного бізнесу в Україні, дозволяючи адаптувати його до умов воєнного стану та пришвидшити відновлення у післявоєнний період, сприяючи оновленню маркетингових стратегій, удосконаленню ресурсного забезпечення, спрощенню звітності та підвищенню загальної ефективності, як результат, створює основу для інноваційної системи управління в аграрній сфері.

Література:

1. Шабатура Т. С. Перспективи розвитку аграрного сектору економіки України в контексті цифрових технологій. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3 (14). С. 123–128

Гайдуков І. В.

аспірант спеціальності 073 «Менеджмент»

Андрощук І.О.

канд. екон. наук., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

СУЧАСНІ ТРЕНДИ У КОРПОРАТИВНОМУ ШАХРАЙСТВІ

Як і раніше, у 2024 році корпоративне шахрайство залишається серйозною проблемою для бізнесу в усьому світі. За даними ACFE [1] у 2024 році втрати від корпоративного шахрайства склали біля 5% всього обороту компаній.

З розвитком технологій шахраї розробляють та використовують все більш витончені схеми та постійно пристосовуються як до регуляторних змін, так і для пошуку нових вразливостей. Розуміння останніх тенденцій у сфері корпоративного шахрайства може допомогти бізнесу краще підготуватися та захистити себе від фінансових та репутаційних втрат.

Наведемо ключові тенденції, які притаманні корпоративному шахрайству у 2024 році:

1. Більше залучення штучного інтелекту (ШІ) у шахрайські схеми. Штучний інтелект, який є потужним інструментом для бізнесу, також став використовуватися у сфері корпоративного шахрайства. Шахраї використовують штучний інтелект для створення більш складних атак, таких як технологія «глибоких підробок» (deepfake), що дозволяє видавати себе за керівників або маніпулювати фінансовими даними. Діпфейки можуть імітувати голос або відео, що полегшує обман співробітників або інвесторів. Це призвело до збільшення кількості схем компрометації ділової електронної пошти (BEC), коли шахраї видають себе за керівників високого рівня, щоб санкціонувати неправомірні банківські перекази або розкриття конфіденційних даних. Шахрайство за допомогою ШІ також включає