

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ГЛОБАЛЬНУ ТОРГІВЛЮ ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Цифрова економіка є важливим фактором у розвитку міжнародних економічних відносин у XXI столітті. Завдяки швидкому розвитку технологій та збільшенню кількості людей, які користуються Інтернетом, цифрова економіка займає все більше місця в світовій економіці. Зокрема, цифрові технології дозволяють здійснювати транснаціональні бізнес-операції швидко та ефективно, що веде до зростання обсягів міжнародної торгівлі та розвитку міжнародної економіки.

Одним із ключових аспектів цифрової економіки є розвиток електронної комерції. Електронна комерція дозволяє підприємствам здійснювати міжнародну торгівлю безпосередньо з використанням Інтернету, обходячи традиційні канали постачання та знижуючи витрати на рекламу та маркетинг. Відомі онлайн-магазини та майданчики, такі як Amazon, eBay, Alibaba та інші, є прикладом того, які сильно змінюють підходи до торгівлі та ринок праці. Ці технології сприяють підвищенню продуктивності, стимулюванню розвитку нових інноваційних галузей та забезпеченню розвитку міжнародних відносин. Цифрова епоха змінює підхід до ведення бізнесу, а також вимоги до використовуваних інформаційних технологій: систем управління маркетингом, продажами і сервісом; телефонії і месенджером; системам документообігу і управління персоналом; облікових систем і безлічі інших корпоративних додатків.

Однак, зростаючі обсяги міжнародної торгівлі та розвиток цифрової економіки також мають виклики та загрози, такі як кіберзлочини, порушення приватності, боротьба зі злочинністю та інші. Ці проблеми вимагають постійного перегляду та удосконалення законодавства в галузі цифрової економіки та міжнародних відносин. Необхідність розв'язання цих проблем стає все більш актуальною, оскільки цифрова економіка зростає настільки швидко, що законодавча база не завжди встигає за цим розвитком.

«Цифрові» технології необхідні для зростання ефективності української промисловості, а в деяких секторах вони стають основою продуктивних та виробничих стратегій. Їх перетворююча сила змінює традиційні моделі бізнесу, виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій. Діджиталізація для України носить позитивний соціальний характер, адже зосереджена на поліпшенні якості інфраструктури соціального забезпечення, якості соціальних послуг, організації прозорості та адресності соціальної допомоги, та скорочення витрат [2, с. 39].

Наприклад в Україні вже досить активно застосовується Digital marketing, Digital страхування та інші.

Digital marketing, або цифровий маркетинг, охоплює широкий спектр інтернет-маркетингових інструментів, таких як соціальні медіа, електронна пошта, контекстна реклама, пошукова оптимізація та інші. Ці інструменти широко використовуються в Україні для просування товарів та послуг, а також для залучення нових клієнтів. [1].

Digital страхування, або цифрове страхування, також набуває популярності в Україні. Це означає, що клієнти можуть придбати страховий поліс онлайн, без відвідування страхової компанії або зустрічі з агентом. Крім того, цифрові страхові продукти можуть мати більш привабливі ціни та бути більш доступними для клієнтів. [1].

Нарешті, розвиток цифрової економіки вимагає збільшення інвестицій у нові технології та інноваційні проекти, що може стати важливим чинником розвитку міжнародних економічних відносин. Інвестування в галузі дослідження та розробки нових технологій може стимулювати розвиток цифрової економіки та створення нових можливостей для міжнародної торгівлі. [3].

Отже, тема «Вплив цифрової економіки на глобальну торгівлю та міжнародні відносини» відображає сучасні тенденції та виклики в галузі економіки та міжнародних відносин, пов'язані з розвитком цифрових технологій та їх впливом на міжнародну торгівлю, ринок праці та інвестиції.

Перелік використаних джерел:

1. *Wikipedia.org.*
2. *Цифрова адженда України.*
3. *RL: <https://ucsi.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.*
4. *Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку*
К. М. Краус.

Лепешко Аліна

Коваль Даяна

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГУ

Процес формування, реалізації та коригування маркетингових стратегій передбачає використання великої кількості інформації, ефективно використання якої можливе лише за умови створення системи маркетингової інформації. У цьому контексті особливого значення набуває підготовка висококваліфікованих маркетологів, здатних працювати та керувати насиченою виробничою та невиробничою сферою та зростаючим потоком інформації. Тим паче, що сучасні інформаційні технології дозволяють практично миттєво підклю-