

намагаючись відшукати нові способи використання старих прийомів або пропонуючи зовсім нові шляхи взаємодії в мережі. Успішні спроби такого роду стимулюють людей більше займатися мережною творчістю, а це у свою чергу залучає нових інвесторів і споживачів. У такому креативному підході створюється віртуальний світ споживачів і постачальників, де з'являються нові послуги, можливості, формується нове бачення інструментів пов'язаних з Інтернет-маркетингом.

Література

1. І.В. Бойчук, О.М. Музика Інтернет в маркетингу. Підручник «Центр учбової літератури», 2010 – 512 с.

2. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник. Київ. «Центр учбової літератури» – 2011. – 14 с.

Офіційний сайт Інтернет Асоціації України (ІнаУ). Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://inau.ua/>

УДК 338.24.021.8

Костинець Ю.В., к.е.н., доцент
ВНЗ «Національна академія управління»

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНФРАСТРУКТУРА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Нині новітні технології і зростання рівня освіти розширили доступ до інформації у всіх країнах світу. Це створює можливість для формування економічних систем з новими ринками, новими видами комерційних організацій — віртуальними, новими способами доставки товарів та новими методами ведення бізнесу. Рушійною силою таких систем слугують інформаційні технології й інтелектуальний капітал, а не сировина і промислове виробництво.

Для досягнення цілей в новій економіці уряди розробляють наступні програми: політичне і нормативно-правове поле; інфраструктурне середовище;

інвестиції в людський капітал; електронна взаємодія держави і бізнесу (G2B); підтримка електронного підприємництва. Електронною економічною діяльністю називають сукупність процесів, спрямованих на виробництво та перерозподіл товарів/послуг в інформаційному просторі з використанням сучасних ІКТ. Інтелектуальна власність як особлива форма власності результату творчої діяльності людини, її інтелектуальної праці є одним з головних чинників, що стимулюють винахідництво, але ще більшу важливість вона набуває в умовах інформаційної економіки.

Підвищення ролі і значення Інтернету призводить до збільшення кількості електронних операцій і розширення можливостей для місцевого підприємництва. Директиви ЄС про електронний цифровий підпис, захист даних і електронні комунікації сприяють збереженню захищеності і конфіденційності персональних даних.

Вплив Інтернету – основи інфраструктури інформаційної економіки – відчувається у всіх галузях. Інтернет усуває пов'язані з відстанями бар'єри, які традиційно визначали місце розташування постачальників послуг і виробників товарів, скорочує витрати в ланцюжках постачань, спрощує ділові зв'язки, забезпечує вихід на нові ринки і створює нову додану вартість.

Розгортання швидкої, надійної, захищеної і багатоканальної інформаційної інфраструктури вимагає суттєвих капітальних затрат, більша частина яких здійснюється бізнесом. Підтримка широкосмугових мереж – це фундамент для цифрової і інформаційної економіки.

Проте держава виконує вирішальну роль в забезпеченні нормативно-законодавчої бази, формуванні структури ринку, регулюванні цін і якості мереж і, при необхідності, стимулюванні попиту.

Фундаментальною складовою інформаційної інфраструктури є потреба в сумісності і відкритих стандартах. Органи державної влади підтримують відкриті стандарти і подають приклад, створюючи еталонні моделі електронної взаємодії, що встановлюють їх власні технічні правила. Основна спрямованість

більшості цих моделей полягає в застосуванні всіма державними системами відкритих інтернет-стандартів, зокрема мови XML як основного стандарту для інтеграції даних. Модель взаємодії встановлює необхідні попередні умови для досягнення узгодженості і інтеграції даних в державному секторі.

Основна спрямованість моделей взаємодії полягає в застосуванні всіма державними системами відкритих міжнародних стандартів, зокрема мови XML як основного стандарту для інтеграції даних, що було гармонізовано в Україні eXML як стандарт для інтеграції бізнес-даних для електронного бізнесу.

Ав органах державної влади необхідно впроваджувати програмне забезпечення з відкритим кодом, як приклад наведемо Китай, де на всіх підприємствах державного сектору впроваджено безоплатну операційну систему UNIX.

Держава має вкладати кошти в забезпечення загального доступу в Інтернет шляхом підключення шкіл, ВНЗ і публічних бібліотек, створювати універсальних установи і публічні точки доступу до мережі навіть в умовах світової економічної кризи, тому що це інноваційні точки випереджального розвитку.

Вагому роль на шляху до економіки знань виконує інтелектуальний капітал і підвищення кваліфікації громадян. Такому суспільству потрібні не тільки люди із загальними комп'ютерними навичками, які могли без проблем використовувати інформаційні технології в своїй різноманітній повсякденній діяльності, але і технічні фахівці і експерти.

Література

1. Веретюк С.М. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні / С.М. Веретюк, В.В. Пілінський. // Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку. – 2016. – № 2. – С. 51-58

2. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13>
3. Краус Н. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку / Н. М. Краус, О. П. Голобородько, К. М. Краус // Ефективна економіка. – 2018. – № 1.
4. Україна переходить на цифрову економіку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehodit-na-cifrovu-ekonomiku-so-se-oznacaє.html>
5. Mesenbourg, T.L. (2001). Measuring the Digital Economy. U.S. Bureau of the Census
6. Policy Context of the Inquiry The concept of the digital economy <https://www.alrc.gov.au/publications/3-policy-context-inquiry/concept-digital-economy>
7. Prokopenko O., Omelyanenko V., Ponomarenko T., Olshanska O. (2019). Innovation networks effects simulation models. Periodicals of Engineering and Natural Sciences. 2019. Vol. 7, No. 2. P. 752-762

УДК 339.168

Лабурцева О.І., д.е.н., професор
Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ У ТОРГІВЛІ

Однією з найбільш відомих сучасних технологій маркетингу виступає брендинг як діяльність зі створення тривалої прихильності до товару на основі спільного впливу на споживача рекламних повідомлень, торговельної марки, пакування, матеріалів для стимулювання збуту та інших елементів комунікації, об'єднаних певною ідеєю та фірмовим оформленням, які виокремлюють товар серед конкурентів і створюють його образ [1]. Брендинг здійснюється