

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТА РОЗВИТКУ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

©2021 ТАРДАСКІНА Т. М., ГРИЩУК Т. В.

УДК 65:004
JEL: C89; L86; O33; Q55

Тардаскіна Т. М., Грищук Т. В. Особливості використання та розвитку хмарних технологій в умовах цифрової економіки

Мета статті полягає в дослідженні ринку хмарних технологій України та визначенні його особливостей, а також ролі операторів телекомунікацій у розвитку цього ринку в сучасних умовах цифрової економіки. У роботі визначено, що сучасні умови пандемії лише пришвидшили поширення впровадження хмарних технологій і дали поштовх певним тенденціям у цій сфері. Хмарні технології та хмарні сервіси допомогли задовольнити потребу в інструментах для здійснення роботи в нових умовах. У статті проведено аналіз стану світового та національного ринку хмарних технологій. У ході роботи було досліджено основних вітчизняних гравців на хмарному ринку та визначено характерні особливості їх взаємодії зі споживачами, а також роль операторів телекомунікацій у наданні хмарних сервісів. На основі проведеного дослідження визначено особливості використання та розвитку хмарних технологій в умовах цифрової економіки, а також зазначено бар'єри на шляху до подальшого розвитку. За результатами дослідження можна зробити висновок, що українські телекомунікаційні оператори на ринку хмарних технологій мають дуже велику частку, компанії-провайдери навряд чи послаблять свої позиції та дадуть можливість традиційним операторам завоювати більшу частину ринку. На основі проведеного аналізу українського ринку хмарних технологій було розроблено найбільш доцільну модель розвитку суб'єктів ринку хмарних технологій. Великим телекомунікаційним компаніям, які вже мають на території України розвинену інфраструктуру, легше додати до власного портфеля послуг ще й послуги хмарного сегмента. Вони стають посередниками між провайдерами та користувачами, сприяючи комфортній взаємодії між ними. Це цілодобова експертна підтримка клієнтів по всій Україні на зрозумілій мові та з представництвом майже в кожному куточку нашої держави; це оформлення договорів згідно з українським законодавством, у національній валюті; це збереження даних у надійних дата-центрах провайдера, частіше за все на території країни.

Ключові слова: хмарні технології, хмарні сервіси, оператор телекомунікацій, провайдер хмарних технологій, хмарний ринок, цифровізація, модель.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-3-254-260>

Рис.: 3. **Бібл.:** 16.

Тардаскіна Тетяна Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу, Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку (вул. Кузнечна, 1, Одеса, 65029, Україна)

E-mail: tardaskina@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3818-7029>

Грищук Тетяна Вікторівна – магістрантка, Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку (вул. Кузнечна, 1, Одеса, 65029, Україна)

E-mail: tanya.hryshchuk@gmail.com

UDC 65:004
JEL: C89; L86; O33; Q55

Tardaskina T. M., Hryshchuk T. V. Features of Use and Development of Cloud Technologies in the Digital Economy

The article is aimed at exploring the Ukrainian market of cloud technologies and defining its features, as well as the role of telecommunication operators in the development of this market in the modern conditions of the digital economy. The publication determines that the current conditions of the pandemic only accelerated the spread of the introduction of cloud technologies and gave impetus to certain trends in this sphere. Cloud technologies and cloud services have helped meet the need for tools to work in novel conditions. The article analyzes the state of the world and national cloud technology market. In the course of the research work, the main domestic players in the cloud market were studied and the characteristic features of their interaction with consumers were determined, as well as the role of telecommunications operators in the provision of cloud services. On the basis of the conducted research, the features of the use and development of cloud technologies in the digital economy are determined, as well as barriers to further development are specified. According to the results of the research, we can conclude that Ukrainian telecommunications operators in the cloud technology market have a very small share, provider companies are unlikely to weaken their positions and allow traditional operators to win most of the market. Based on the analysis of the Ukrainian cloud market, the most appropriate model for the development of cloud market entities is developed. It is easier to add cloud segment services to large telecommunication companies that already have developed infrastructure in Ukraine. They become intermediaries between providers and users, promoting comfortable interaction between them. This is the 24/7 hotline expert support of clients throughout Ukraine in a known language and with representation in almost every corner of our country; this is the execution of contracts in accordance with Ukrainian legislation, in national currency; this is the storage of data in reliable data centers of the provider, most often in the country.

Keywords: cloud technologies, cloud services, telecommunications operator, cloud technology provider, cloud market, digitalization, model.

Fig.: 3. **Bibl.:** 16.

Tardaskina Tetiana M. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Marketing, University of Intellectual Technologies and Communications (1 Kuznechna Str., Odesa, 65029, Ukraine)

E-mail: tardaskina@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3818-7029>

Hryshchuk Tetiana V. – Graduate Student, University of Intellectual Technologies and Communications (1 Kuznechna Str., Odesa, 65029, Ukraine)

E-mail: tanya.hryshchuk@gmail.com

Пандемія COVID-19 вказала на те, що в сучасному світі найкориснішим вмінням підприємства є його здатність швидко зростати власну цифрову присутність для того, аби вдало функціонувати в умовах де, через необхідність соціального дистанціювання, унеможливується фізична присутність.

Масовий перехід до онлайн-діяльності став своєрідним лакмусовим папірцем для хмарних технологій та інших інструментів, що були випробувані в екстремальних умовах саме цього року. Більшість проблем, що виникали на початку переходу, були пов'язані не стільки з питанням можливості хмарних сервісів задовольнити обсяг і складність завдань, скільки із питаннями зручності, адаптивності та побоювання користувачів перед незнайомими інструментами роботи.

Слід зауважити, що, незважаючи на певні проблеми, що виникали, хмарні сервіси допомогли задовольнити потребу в інструментах для здійснення роботи в нових умовах. Але необхідно відмітити, що існуюча ситуація не стала єдиною причиною стрімкої популярності хмарних сервісів, вона лише виступила катализатором змін, що вже відбувалися; з'явилася необхідність збільшити обсяг та ефективність надання послуг, маневруючи в умовах повної нестабільності та невизначеності.

Попри це, популярність на надання хмарних сервісів серед операторів телекомунікацій зростає: вони, з одного боку, відмічають зростання попиту, а з іншого – розуміють, що це новий для них ринок, на якому необхідно знайти свою нішу та закріпитись, а тому виникає необхідність дослідження цього ринку з метою знаходження нових, ефективних стратегій розвитку.

У наукових працях Боровкова А., Вартаняна А., Кононюка А., Одаренко О. [1–3] та інших розкриваються основні переваги використання хмарних технологій у діяльності телекомунікаційної сфери, а також досліджено теоретичні аспекти організації ринку хмарних сервісів і його основних гравців. Хмарні обчислення є новітньою концепцією, яка потребує уніфікації та стандартизації основних понять і визначення оптимальних сценаріїв взаємодії. Аналіз наукових робіт вказав на те, що недостатньо вивчено модель поведінки українських операторів телекомунікацій на ринку хмарних технологій.

Мета статті полягає в дослідженні ринку хмарних технологій України з метою визначення його особливостей і ролі операторів телекомунікацій у його розвитку.

Світовий ринок хмарних технологій постійно зростає, і в тому числі зростає його український сегмент, у зв'язку з чим на ньому з'являється все більше нових гравців (рис. 1). У операторів телекомунікацій є все необхідне, щоб стати успішними гравцями ринку хмарних технологій, вони володіють розвинутою інфраструктурою, а також великою клієнтською ба-

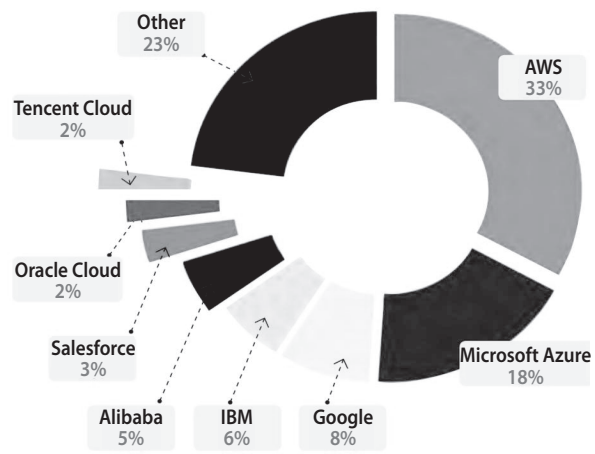


Рис. 1. Світовий ринок хмарних технологій [4]

зою. Нові можливості для операторів телекомунікацій відкриваються за рахунок надання інноваційних сервісів, що можуть бути комбіновані з базовими телекомунікаційними послугами, саме тому оператори збільшують власну присутність на ринку хмарних технологій України.

У 2019 р. загальний обсяг українського ринку хмарних технологій виріс на 47% і становив \$45,1 млн. Більшу частку цього доходу становить результат діяльності комбінації сегментів IaaS/PaaS, проте SaaS показав швидше зростання. Необхідно зауважити, що це значною мірою пов'язано з тим, що в умовах карантину та дистанційної роботи/навчання збільшились обсяги використання хмарних технологій і сервісів. А ось зниження ділової активності призводить до зменшення обсягу сегментів IaaS/PaaS, хоча це веде лише до зниження темпів його зростання порівняно із запланованими показниками.

За перший квартал 2020 р. ринок зріс більше ніж на 50%, а ось у другому кварталі 2020 р., через карантин, продемонстрував спад. У третьому та четвертому кварталах 2020 р. спад зупинився, та навіть почалося поступове зростання.

Слід відзначити, що останні декілька років можливо було спостерігати тенденцію до домінування закордонних операторів над вітчизняними на національному ринку хмарних послуг, однак у 2019 р. ситуація почала змінюватися [4]. Так, вітчизняні оператори все ще займають меншу, порівняно із закордонними, частку, але вона почала збільшуватися (рис. 2). Це зумовлено тим, що внутрішній ринок зростає, і з'являється все більше пропозицій та рішень для користувачів, і часто вони надають перевагу саме вітчизняним операторам, адже із ними працювати комфортніше.

У роботі було проведено аналіз представників українського ринку хмарних послуг. Для аналізу було обрано як компанії, для яких надання хмарних сервісів є основною діяльністю, так і ті, для яких це є додатковою сферою діяльності.

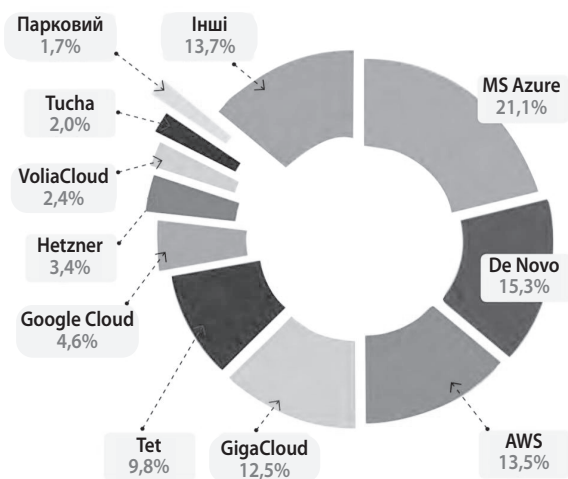


Рис. 2. Український ринок хмарних технологій, 2019 р. [4]

Компанія ПрАТ «Київстар» є новачком на українському ринку хмарних послуг і ще не встигла зайняти значну його частку. Завдяки послугі «Azure Stack від Київстар» користувачі вітчизняного хмарного ринку можуть користуватися тими самими послугами, що надаються глобальною платформою «Azure», у тому ж самому обсязі. Компанія надає користувачам послугу «Azure Stack від Київстар», яка є уніфікованою хмарною платформою; сервіси, які доступні користувачам глобальної платформи Azure, доступні і користувачам «Київстар» у такому самому обсязі. До цього набору сервісів та рішень від себе «Київстар» додає можливості власної інфраструктури, дата-центру на території України та ряд власних інноваційних сервісів [5].

ПрАТ «Київстар» дає користувачам можливість використовувати сервіси, що надаються Майкрософт. На основі власної інфраструктури, дата-центру, розташованого у м. Києві, компанія допомагає користувачам розібратися зі складною системою, надає персональне обслуговування, зручні тарифи та додає до переліку власні послуги.

З липня 2018 р. компанія ТОВ «Lifecell» пропонує власні хмарні сервіси. Йдеться про рішення для зберігання даних («Хмарне сховище бізнесу») та резервного копіювання («Безпека даних у хмарі»), орієнтованих на сферу бізнесу. Компанія також підтвердила статус офіційного партнера компанії Google в Україні для продажу послуги «Google G-Suite for Business» – набору хмарних сервісів для продуктивної роботи бізнесу [6].

До пакета входять такі популярні корпоративні вебсервіси, як: поштовий сервер, файлове сховище, відеоконференц-зв'язок, месенджер, нотатник, календар, конструктор сайтів, редагування документів, таблиць і презентацій онлайн, конструктор застосунків, інструменти для адміністрування користувачів у межах компанії та багато іншого.

З одного боку, підприємство опікується підтримкою та налаштуванням власних сервісів, а з іншого – виступає посередником між користувачами та популярним рішенням для роботи бізнесу.

Компанія ПрАТ «ВФ Україна» надає в користування комп'ютерні віртуальні обчислювальні ресурси на базі обладнання, розташованого у власному дата-центрі. «Office 365 від Vodafone» – це повний набір інструментів для бізнесу. Є можливість обрати різні конфігурації пакетів. Клієнти компанії можуть перенести свої існуючі рішення в хмару й отримати до них доступ, замовити готові набори інструментів, налаштувати віддалений доступ до свого бізнесу. ПрАТ «ВФ Україна» пропонує своїм клієнтам широкий перелік сервісів захисту корпоративних даних від провідних постачальників, а також сервіси резервного копіювання та відновлення будь-яких елементів інфраструктури. «vBackup від Vodafone» забезпечує надійний захист даних, мінімізуючи ризики, пов'язані з програмними збоями, технічними несправностями обладнання та помилками співробітників [7].

Компанія виступає посередником між закордонними провайдерами та вітчизняними користувачами, однак водночас пропонує і власні сервіси, забезпечення яких відбувається за рахунок інфраструктури підприємства. Комбінуючи власні сервіси та сервіси зарубіжних провайдерів, «Водафон» надає рішення, які максимально відповідають потребам замовників.

Компанія «De Novo» є одним із найбільших хмарних провайдерів в Україні та надає комплексні рішення для відновлення в найкоротші строки і з мінімальними втратами у випадку катастрофи або аварії (DRaaS – «Відновлення даних як послуга»), широкий спектр систем хмарних сховищ і значний вибір послуг безпечного резервного копіювання (BaaS – «Резервне копіювання як послуга»), а також інструменти, які дозволяють виконати міграцію в хмару із найменшими втратами в часі. Серед сервісів, що компанія надає, – набір сервісів «Інфраструктура як послуга». Усі платформи цього сегмента об'єднані в одну велику екосистему, а додаткові послуги дають можливість здійснювати швидку міграцію, резервне копіювання, зберігання даних. Вона дає можливість трансформувати існуючу інфраструктуру, зробивши її більш ефективною та зручною. Компанія має широкий вибір сервісів, що відповідає вимогам державних і великих комерційних підприємств та надає такі послуги в цьому сегменті: публічні хмари в Україні чи Німеччині, хмарні рішення для державного сектора, приватні хмари.

Компанія «De Novo» на ринку хмарних технологій надає корпоративні рішення на базі власної інфраструктури, які працюють на те, щоб оптимізувати бізнес ефективно. Підприємство є SAP-сертифікованим провайдером хмарних та інфраструктурних послуг

і має центр обробки даних із найвищим рівнем надійності TIER III [8].

Компанія «Tucha.ua» – провайдер хмарної інфраструктури, це є основною її діяльністю. Компанія надає користувачам віртуальні сервери гнучких конфігурацій, послуги з хостингу резервних копій, надійне розміщення сайтів і пошти в дата-центрах України та за її межами, зберігання та швидкий обмін файлами. Компанія надає такі хмарні сервіси: бухгалтерія у хмарі, хмари для Е-комерції, хостинг Бітрікс24, віддалений офіс. Рішення є комбінацією власних сервісів провайдера. Усі конфігурації, що надаються, орієнтовні та залежать від конкретних завдань конкретного клієнта, а сервіси працюють у хмарі на базі дата-центрів рівня безпеки TIER III і вище [9].

Компанія «Vega» надає своїм клієнтам комплексні рішення щодо зв'язку, передачі та зберігання даних на серверах як на території України, так і за її межами, надає підключення виділеними каналами зв'язку з прямим інтерконектом до передових постачальників хмарних технологій у найбільші дата-центри Німеччини та Нідерландів. Серед цих постачальників – Microsoft Azure, SAP Cloud Platform, Amazon Web Services, Oracle Cloud. А також компанія надає ряд рішень, що є комбінацією сервісів провайдерів із телекомунікаційними послугами оператора. Компанія «Vega» створює унікальні та вигідні рішення, які включають в себе хмарні сервіси, поєднані із додатковими телекомунікаційними послугами [10].

Аослідивши український ринок хмарних технологій, а також роль операторів телекомунікацій у його розвитку, спробуємо визначити особливості використання та розвитку хмарних технологій в умовах цифрової економіки:

1. Актуальність хмарних обчислень пов'язана зі зниженням витрат, масштабованістю та гнучкістю моделі, вони є зручним інструментом для оптимізації діяльності. Перехід до хмари зменшує капітальні витрати та витрати на адміністрування. Споживачі отримують можливість швидко та дешево розгортати необхідну цифрову інфраструктуру та користуватися перевагами цифрового світу [11].
2. Цифрова трансформація бізнесу сприяє зростанню хмарних технологій, компанії починають розуміти на практиці переваги їх використання [12; 13].
3. Операторів не стає більше – відбувається лише перерозподіл часток ринку. Національний ринок хмарних технологій зростає, а вітчизняні оператори починають потрохи зменшувати частку закордонних операторів на українському хмарному ринку.
4. Цифровізація призводить до того, що ми все частіше потерпаємо від кіберзлочинності, а тому питання безпеки даних стає гострі-

шим. Проблеми безпеки є одним із основних бар'єрів, що призводять до відмови почати використовувати хмарні технології. Хмарні провайдери починають використовувати можливості штучного інтелекту та машинного навчання в цілях безпеки, натомість кіберзлочинці продовжують розвиватися та вигадувати нові форми.

Також необхідно зазначити, що існують певні бар'єри для розвитку: відсутність законодавства щодо хмарних технологій; відсутність стратегій щодо розвитку та впровадження хмарних технологій на підприємствах і в державному секторі; відсутність достатньої кількості локальних постачальників послуг із сертифікатами високого рівня безпеки надання послуг. Втім, глобальна цифрова трансформація в самому розпалі, і поки вона не піде на спад, нікуди не дінеться і підвищений попит на хмари.

Зазначимо, що хмарні технології стають настільки популярними та розповсюдженими, що ми, не звертаючи на них особливої уваги, використовуємо їх майже в усіх сферах діяльності для [14]:

- ✦ дистанційного використання розрахункових потужностей;
- ✦ постійного нагромадження інформації та зберігання файлів;
- ✦ використання програмного забезпечення в режимі online (бухгалтерське, офісне, CRM тощо);
- ✦ поширення інформації та надання доступу до неї;
- ✦ використання електронної пошти;
- ✦ хостингу баз даних
- ✦ нових можливостей передачі знань: онлайн-уроки, вебінари тощо.

На думку фахівців, хмарні технології стануть рішенням, без якого не зможе, та і не захоче функціонувати жоден бізнес. Багато компаній йдуть до цієї мети, але через пандемію цей процес значно прискорився, даючи поштовх певним тенденціям [15]:

- ✦ підвищується популярність гібридної хмари, яка об'єднує в собі рішення приватної та публічної хмари, які пов'язані. Вони дають можливість, у випадку пікових навантажень, скористатися зовнішніми ресурсами для того, аби вийти за межі потужностей хмари;
- ✦ зростає популярність використання мультимедіа. Споживачі «збирають» ідеальний набір послуг із сервісів різних провайдерів, кожна з яких має певні специфічні особливості щодо їх налаштування й управління, а тому одним із питань, що постає перед виробниками, є необхідність створення певних систем для спрощення взаємодії споживача із мультимедіа;
- ✦ Інтернет речей (IoT) розвивається все стрімкіше, а хмарні технології, як його складова,

виступають зручним інструментом передачі великих масивів даних, а також це місце, де відбувається обробка даних і здійснюється доступ до них. Хмарна інфраструктура дозволяє обробляти великі дані в режимі реального часу;

- ✦ хмарні технології роблять революцію в освіті, спонукають усіх учасників освітнього процесу до самоосвіти та самовдосконалення. З'являються нові форми організації освітнього процесу;
- ✦ сучасні умови вимагають нових технологій автоматизації, компанії інвестують в машинне навчання, штучний інтелект. За допомогою хмарних технологій штучний інтелект стає ефективнішим;
- ✦ проблема безпеки даних, на жаль, залишається незмінною, а тому компанії продовжують пошуки нових, більш досконалих рішень для того, аби забезпечити власним даним і даним клієнтів максимально надійний захист;
- ✦ граничні обчислення мають на меті вирішення певних проблем, що виникають при використанні хмарних технологій, наприклад знизити затримки, що є результатом процесу обчислення та передачі даних до центру обробки.

На основі проведеного аналізу українського ринку хмарних технологій було розроблено найбільш доцільну модель розвитку суб'єктів ринку хмарних технологій (рис. 3).

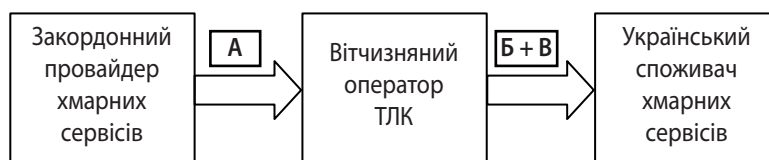


Рис. 3. Модель розвитку суб'єктів ринку хмарних технологій

Умовні позначення:

A – послуга, що надається; **B + B** – поєднання послуги закордонного провайдера та вітчизняного оператора ТЛК.

Джерело: авторська розробка.

Великим телекомунікаційним компаніям, які вже мають на території України розвинену інфраструктуру, легше додати до власного портфеля ще й послуги хмарного сегмента. Вони стають посередниками між провайдерами та користувачами, сприяючи тому, щоб взаємодія між ними була комфортною. Це цілодобова експертна підтримка клієнтів по всій Україні на зрозумілій мові та із представництвом майже в кожному куточку нашої держави; це оформлення договорів згідно з українським законодавством, у національній валюті; це дані, що зберігаються в надійних дата-центрах провайдера, частіше за все, на території країни.

Така взаємодія дозволяє закордонному провайдеру розширити коло потенційних клієнтів, адже

зазвичай посередниками виступають великі та відомі в Україні оператори, що мають власну базу лояльних клієнтів, а також пізнаваний бренд, якості якого довіряють споживачі.

Послуги, які вони надають, не відрізняються від тих, що надає провайдер напряму, однак у такій ситуації однією з причин обрання підприємства-посередника є те, що його дата-центр знаходиться в межах держави. Існує ряд законів, що зобов'язують компанії зберігати персональні дані громадян на території країни.

Однак, виходячи на ринок, вони конкурують не лише між собою, а й із закордонними провайдерами, а також із національними провайдерами, які вже давно на цьому ринку, для яких ця діяльність є основною. Вони вже мають певну репутацію та краще розуміються на особливостях ринку, їм більше довіряють великі підприємства та державні структури, а це особливо важливо, коли йдеться про хмарні технології, довіра до яких в нас все ще не абсолютна.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджено сучасний стан українського ринку хмарних технологій. Виходячи з дослідження бачимо, що українські телекомунікаційні оператори на ринку хмарних технологій мають дуже невелику частку, компанії-провайдери (De Novo, Tucha) наврайд чи послаблять свої позиції та дадуть можливість традиційним операторам завоювати більшу частину

ринку. Тому вбачаємо за доцільне переформатування форми їх роботи з посередництва між закордонними провайдерами та користувачами до співпраці із першими. У роботі було запропоновано модель розвитку суб'єктів ринку хмарних технологій.

Відомий світовий провайдер хмарних технологій – Google Cloud – і великий телекомунікаційний бренд AT&T вирішили співпрацювати з метою поєднання власних зусиль для забезпечення можливості надання хмарних сервісів наступного покоління [16]. Ця спільна інновація має на меті запропонувати безліч рішень 5G і граничних обчислень для задоволення різноманітних потреб, що сприяє реальній цінності бізнесу в таких галузях, як роздрібна торгівля, виробництво, ігри та багато іншого.

- Odarenko, O. V. "Khmarini obchysliuvannia yak aktualnyi ryzyk-trend telekomunikatsiinykh kompanii" [Cloud Computing as a Current Risk Trend of Telecommunications Companies]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, no. 1 (2014): 34-41.
- Tardaskina, T. M. et al. "Osoblyvosti rozvytku virtualnykh operatoriv v Ukraini" [Features of Development of Virtual Operators in Ukraine]. *ScienceRise*, no. 2 (2018): 22-26.
DOI: 10.15587/2313-8416.2018.123480
- Tereshko, Yu. V., Tardaskina, T. M., and Bohatryova, L. D. "Osoblyvosti rozvytku internet-startapiv v Ukraini: realii ta perspektyvy" [Specific Features of Internet-Startup Development in Ukraine: Realia and Prospects]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 12 (2015): 435-443. <https://biblio.onat.edu.ua/bitstream/handle/>

- 123456789/1176/ТАРДАСКИНА%2c%20БОГАТИРЕВА.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- "Ukraina 2030E – kraina z rozvynutoiu tsyvrovoiu ekonomikoiu" [Ukraine 2030E Is a Country with a Developed Digital Economy]. Ukrainskyi instytut maibutnyoho : vebsait. <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
- Vartanyan, A. A., and Borovkov, A. A. "«Oblachnyye vy-chisleniya». Novyye vozmozhnosti dlya operatorov svyazi" ["Cloud Computing". New Opportunities for Telecom Operators]. *Otkrytoye obrazovaniye*, no. 2 (2011): 101-105.
- "5 holovnykh trendiv khmarnykh obchyslen u 2021 rotsi" [5 Main Trends in Cloud Computing in 2021]. Merezhni tekhnolohii : vebsait. <https://nt.ua/blog/2021-cloud-computing-trends>

УДК 661.65
JEL: L82; Z32; Z33

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СУЧАСНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

©2021 ГУР'ЄВ В. О., ДИКАНЬ В. В.

УДК 661.65
JEL: L82; Z32; Z33

Гур'єв В. О., Дикань В. В. Особливості розробки сучасної маркетингової стратегії туристичної дестинації через соціальні мережі

У статті проводиться аналіз сучасних тенденцій розробки маркетингової стратегії за допомогою соціальних мереж, докладно описуються теоретичні аспекти розробки сучасних маркетингових стратегій для туристичної дестинації. Враховуючи те, що розвиток суспільства диктує вимоги до розвитку ринку та суб'єктів, які на ньому господарюють, можна сказати, що процес розробки сучасної маркетингової стратегії вимагає нових підходів до управління суб'єктами господарювання та розвитку адаптивного плану дій, який буде забезпечувати їх успішну реалізацію. Зокрема, йдеться про стратегії маркетингової діяльності, які розробляються та впроваджуються в життя відповідно до загальної стратегії управління суб'єктом господарювання. За умов нинішньої пандемії сучасна маркетингова стратегія є однією із основних складових успішного функціонування підприємства чи організації. Розглядаються останні тенденції маркетингу через соціальні мережі. На основі аналізу сучасних соціальних мереж і теоретичної інформації пропонується маркетингова стратегія для туристичної дестинації. Зроблено висновок, що за сьогоднішніх умов доцільно розвивати внутрішній туризм – для повноцінного функціонування туристичної галузі у кризовий час. Основними майданчиками для просування туристичної дестинації обрано Facebook та Instagram, оскільки ці мережі наразі налічують найбільшу кількість потенційних клієнтів в Україні. Розроблено поетапний план впровадження маркетингової стратегії. Також, на основі аналізу даних, обрано інструмент просування через соціальні мережі – таргетовану рекламу, яка дає можливість знайти потенційних клієнтів і реалізувати маркетингову стратегію з головним KPI – більше потенційних клієнтів за менші витрати.

Ключові слова: маркетинг, туризм, дестинація, Інтернет-маркетинг, маркетингова стратегія, тренди, соціальні мережі.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-3-260-266>

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 16.

Гур'єв Владислав Олександрович – магістрант, Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (вул. Мируносицька, 1, Харків, 61002, Україна)

E-mail: gurevvladik@gmail.com

Дикань Валерія Володимирівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри управління та адміністрування, Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (вул. Мируносицька, 1, Харків, 61002, Україна)

E-mail: valeriya.prof2015@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0615-919X>

UDC 661.65
JEL: L82; Z32; Z33

Huriev V. O., Dykan V. V. Features of the Development of a Modern Marketing Strategy of Tourist Destination through Social Networks

The article analyzes the current tendencies in the development of marketing strategy through social networks, describes in detail the theoretical aspects of the development of modern marketing strategies for tourist destination. Taking into account the fact that the development of society dictates the requirements for the development of the market and the entities that fulfill economic management therein, it can be said that the process of developing a modern marketing strategy requires new approaches to the management of economic entities and the development of an adaptive action plan that will ensure their successful implementation. In particular, we are talking about marketing activity strategies that are developed and implemented in accordance with the general management strategy of an economic entity. In the context of the present day pandemic, the current marketing strategy is one of the main components of the successful functioning of an enterprise or organization. The latest trends in marketing through social networks are considered. Based on the analysis of modern social net-