

УДК 339.138

С. С. Циганков,
аспірант, Український державний університет науки і технологій
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4268-9016>

DOI: 10.32702/2306-6792.2025.9.126

СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНOSTІ ЗА ДОПОМОГОЮ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПОСЛУГ

S. Tsyhankov,
Postgraduate student, Ukrainian State University of Science and Technology

A MODERN APPROACH TO DEVELOPING CUSTOMER CENTRICITY THROUGH DIGITALIZATION OF SERVICES

У статті автором досліджується формування сучасного підходу до розвитку клієнтоорієнтованості на основі цифровізації послуг. Формування такого підходу є вкрай актуальним, адже воно сприяє ефективній взаємодії зі споживачами послуг, створює можливість залученню нових клієнтів та підвищує конкурентоспроможність залізничі.

Автором обгрунтовано, що використання даного підходу з цифровізацією послуг, підвищить привабливість залізничних перевезень, створить нові умови для клієнтів залізничі. Так вибудовуючи стратегію з клієнтоорієнтованості за допомогою отримання повної інформації, яку дозволяє отримати цифровізація. Цифровізація у даному випадку це не лише технологічне оновлення, а й стратегічний шлях до побудови сервісу нового покоління, де головною цінністю є людина та її досвід взаємодії з послугою. Автором запропоновано впровадження мобільного додатку для споживачів та інтеграція хмарних технологій у структуру надання послуг Укрзалізничі, це стане значущою зміною і кроком до цифрової трансформації компанії. Його впровадження дасть можливість позитивних змін: підвищення ефективності внутрішніх процесів, покращення обслуговування пасажирів, зростання клієнтської лояльності та створення сучасного інноваційного іміджу компанії.

У такому підході до клієнтоорієнтованості необхідно окрему увагу приділити і впливу цифрових технологій на довіру клієнтів, створення конкурентної переваги та репутацію компанії. Тому звісно, важливо надати пріоритет цифровізації послуг для розвитку підходу до клієнтоорієнтованості відкривши так велику кількість можливостей, починаючи з спрощення надання послуг і їх швидкості, покращення сервісу обслуговування та кращого розуміння споживача.

Використання цифрових рішень та аналітики на базі Big data та ШІ дозволить оперативніше реагувати на потреби ринку, оптимізувати графіки перевезень і ресурсне планування. У результаті Укрзалізничі зміцнить свої позиції як сучасна, клієнтоорієнтована й ефективна транспортна компанія, що створює додаткові можливості для розвитку, співпраці та залучення інвестицій.

In this article, the author examines the formation of a modern approach to the development of customer focus based on the digitalisation of services. The formation of such an approach is extremely relevant, since it promotes effective interaction with service consumers, creates an opportunity to attract new customers and increases the competitiveness of the railway.

The author substantiates that the use of this approach with digitalisation of services will increase the attractiveness of railway transportation and create new conditions for railway customers. Thus, building a strategy of customer focus by obtaining complete information that digitalisation allows to obtain. In this case, digitalisation is not only a technological upgrade, but also a strategic way to build a new generation of service, where the main value is a person and his or her experience of interaction with the service. The author proposes to introduce a mobile application for consumers and integrate cloud technologies into the structure of Ukrzaliznytsia's services, which will be a significant change and a step towards the company's digital transformation. Its implementation will enable positive changes: increasing the efficiency of internal processes, improving passenger service, growing customer loyalty and creating a modern innovative image of the company.

In this approach to customer centricity, special attention should be paid to the impact of digital technologies on customer trust, competitive advantage and reputation. Therefore, it is of course important to prioritise the digitalisation of services to develop a customer-centric approach, as it opens up so many opportunities, starting with simplifying the provision of services and their speed, improving customer service and better understanding of the customer.

The use of digital solutions and analytics based on Big Data and AI will allow for a faster response to market needs, optimisation of transportation schedules and resource planning. As a result, Ukrzaliznytsia will strengthen its position as a modern, customer-oriented and efficient transport company, creating additional opportunities for development, cooperation and investment.

Ключові слова: сучасний підхід до клієнтоорієнтованості, цифровізації послуг, залізничні пасажирські перевезення, модель комунікації, мобільний додаток, хмарні технології.

Key words: modern approach to customer orientation, digitalization of services, railway passenger transportation, communication model, mobile application, cloud technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У світі що постійно розвивається і середовищі що також постійно прогресує необхідно змінювати підходи з клієнтоорієнтованості щоб бути конкурентоспроможним відповідаючи на нові виклики споживачів і використовувати нові цифрові рішення. Що викликає створення нових або удосконалення існуючих підходів з покращення послуг для залучення нових та утримання існуючих споживачів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Темою сучасних підходів до розвитку клієнтоорієнтованості за допомогою цифровізації послуг серед яких: Чаркіна Т.Ю., Задоя В. О., Дергоусова А. О., Токарева В. І., Панасюк І. П., Дуляба Н. І., Обрамич О. С. Всі вони доносили інформацію що цифровізація послуг це неминучий тренд який буде тільки прогресувати тому необхідно знаходити та впроваджувати нові підходи до розвитку клієнтоорієнтованості щоб отримувати конкурентні переваги. Використовуючи сучасні технології та інструменти які відповідають часу і викликам.

МЕТА І ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Метою статті є дослідження підходів до клієнтоорієнтованості та формування нового підходу за допомогою цифровізації послуг, в умовах цифрової трансформації ринку, що

необхідно для прийняття управлінських рішень, які допоможуть зберегти конкурентоспроможність та підвищити привабливість пасажирів до залізниці.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій не використовувати такі інструменти як цифровізація було б великою помилкою, у галузі де клієнтоорієнтованість є ключовим чинником для досягнення успіху компанії.

Використання сучасного клієнтоорієнтованого маркетингу ґрунтується на використанні інноваційних технологій [3] та глибокому аналізі великих масивів даних (big data) про споживчі переваги та бізнес-процеси.

Головним фокусом цього підходу є персоналізація який базується на створенні унікальних пропозицій для кожного клієнта з урахуванням його інтересів, поведінкових характеристик та потреб за допомогою функціоналу цифрових інструментів.

Козирем сучасної цифровізації є важливий цифровий інструмент як штучний інтелект, який забезпечує обробку даних, прогнозування клієнтських очікувань і автоматизацію комунікацій у реальному часі.

Необхідним каналом зв'язку являється зокрема соціальні мережі які дозволяють налагодити двосторонню комунікацію, отримувати зво-

Таблиця 1. Цифрові програмними для автоматизації надання послуг

1.	RPA(Robotic Process Automation)	Автоматизація рутинних задач
2.	CRM-системи(Customer Relationship Management)	Автоматизація роботи з клієнтами
3.	ERP-системи(Enterprise Resource Planning)	Автоматизує фінанси, логістику, складський облік.
4.	API-інтеграції	зв'язує різні системи
5.	AI-чатботи	цілодобова підтримка на запитання
6.	Електронні підписки	миттєвий сервіс з необхідним функціоналом і цілодобовим доступом до нього
7.	ІІІ (штучний інтелект)	Автоматизація та аналіз великих обсягів даних

Джерело: розробка автора.

ротний зв'язок та поглиблювати взаємини зі споживачами [1].

Розвиток і побудова клієнтоорієнтованості за допомогою цифровізації повинна включати в себе наступні елементи:

1. Автоматизація процесів;
2. Цифрові і онлайн -платформи та самообслуговування;
3. Покращення комунікації з клієнтом завдяки цифровим технологіям;
4. Підвищення прозорості через цифровізацію послуг;
5. Забезпечення безпеки;
6. Мобільність та доступність за допомогою цифрових технологій.

Автоматизація процесів

Це дозволить пришвидшити та облегшити роботу прибравши більшість ручної роботи замінивши їх програмними рішеннями і технологіями що зменшить кількість помилок і підвищить швидкість обслуговування.

Автоматизація у сучасних реаліях є не просто трендом, а необхідністю для збереження конкурентоспроможності у складних умовах ринку послуг.

Автоматизація це і є цифровізація послуг бо за рахунок використання програмних і технічних рішень і досягається автономність послуг без втручання людини і надання послуги на базі збору персональних даних машиною.

Автоматизація процесів за рахунок цифровізації це швидкість обслуговування. Швидкість обслуговування це один з ключових факторів задоволеності клієнта:

— Яка досягається за рахунок автоматичної обробки замовлень уникаючи залучення менеджів;

— Зменшується швидкість відповіді на запитання від клієнта за рахунок автоматизації відповіді на типові запитання;

— Автоматизація сповіщення клієнтів щодо необхідної ним інформації і найважливіше без затримок.

Автоматизація допомагає досягти високої ефективності процесів, уникнення зайвих рухів у обслуговуванні споживача, сприяє зменшенню втрати існуючих і потенційних клієнтів через необхідність очікування, і найголовніше стимулює підвищення лояльності споживачів через зручний, передбачуваний та швидкий сервіс обслуговування.

Програмними рішеннями для автоматизації можна використати наступні (Таблиця 1).

Також не варто забувати що цифрові системи мінімізують людський фактор, що знижує ймовірність помилок у роботі які може коштувати компаніям репутації, грошей та часу. Що стає швидко перевагою через скорочення витрат на випадок виправлення помилок, захист репутації та зменшення тиску та стресу у персоналу.

Цифрові і онлайн -платформи та самообслуговування.

Цифрові платформи перетворилися на важливий інструмент сучасного підприємництва та цифрової модернізації, створюючи умови для продуктивної комунікації між компанією та споживачем [2].

Підвищення зручності для клієнтів через створення цифрових, онлайн-платформ (веб-сайтів, мобільних додатків) дозволяє клієнтам самостійно здійснювати покупку, відстежувати та оплачувати послуги або змінювати її параметри.

У галузі пасажирських перевезень, особливо в умовах війни, коли мобільність населення змінюється, цифрові рішення відіграють вирішальну роль.[2] Онлайн-платформи та сервіси самообслуговування дозволяють значно спростити взаємодію пасажирів з транспортними компаніями, підвищити якість обслуговування та скоротити витрати часу.

Завдяки цифровим інструментам пасажирів можуть:

1. Здійснювати покупки або бронювання квитків онлайн;
2. самостійно обирати місце у транспорті;
3. завантажити електронний квиток;
4. перевіряти розклад руху і можливі напрямки руху;
5. відслідковувати статус рейсу, спізнення або зміни маршруту;
6. повертати чи обмінювати квитки онлайн, без необхідності фізичної присутності;
7. отримувати повідомлення про актуальну інформацію.

Використання цифрових і онлайн-платформ та самообслуговування надає ряд переваг для споживача які відіграють ключову роль при виборі послуг.

Переваги наступні:

— Доступ до сервісу цілодобово, незалежно від місця перебування;

— Мінімізація черг, зменшення контакту з людьми та необхідністю фізичного перебування;

— Миттєвий доступ до актуальної інформації;

— Можливість контролювати необхідної інформації;

Така сучасна система є основою клієнтоорієнтованості яка орієнтується на зручність споживача і буде надалі лише посилюватися, і компанії, що інвестують у розвиток таких рішень, отримають значну конкурентну перевагу.

Покращення комунікації з клієнтом завдяки цифровим технологіям.

Один із ключових підходів розвитку клієнтоорієнтованості є ефективна та швидка комунікація зі споживачами. Цифрові технології зробили взаємодію з споживачами швидшою, доступнішою, безпечнішою, персоналізованою та безперервною [4].

Взаємодія відбувається за допомогою технологічних рішень. Взаємодію можна зобразити наступним способом (Рисунок 1).

Клієнт. Отримує сервіс який не потребує очікування на відповідь з питань які можуть потребувати миттєвої відповіді, що в свою чергу приваблює споживача та робить досвід від послуги позитивним і стимулює до повернення до послуг саме цієї компанії.

Чат-боти та онлайн помічники. Для швидкого зв'язку компанії можуть впроваджувати автоматизованих помічників через доступні їм канали зв'язку з споживачем, тобто інтеграція у спілкування чат-ботів та онлайн помічників. Залучення чат-ботів та онлайн помічників надає одразу ряд переваг у порівнянні з звичайним оператором:

- надають миттєві відповіді на запитання;
- допомагають з оформленням;
- консультують з поширених питань 24/7;
- скорочують навантаження на операторів.

Використання цифрових асистентів призводить до покращення користувацького досвіду, кращого втримання споживача, забезпечує постійну доступність підтримки та позитивно

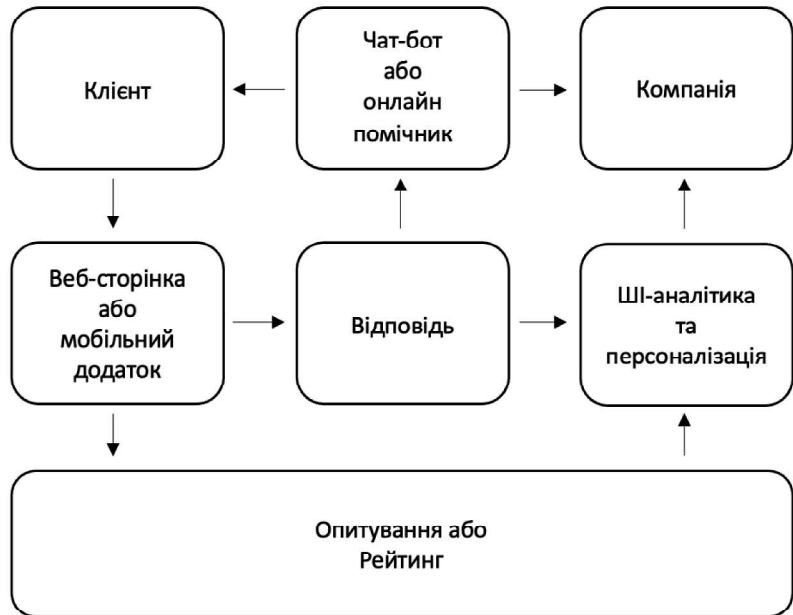


Рис. 1. Модель комунікації з допомогою цифрових технологій

Джерело: розробка автора.

впливає на конкурентну спроможність компанії серед конкурентів [4].

Веб-сторінка або мобільний додаток підвищує відчуття довіри у споживача що до якості послуг цієї компанії. Наявність сайту та мобільного додатку стає переконливим аргументом що до вибору обрання послуг від тієї чи іншої компанії, оскільки комфорт при виборі послуги є одним з ключових факторів. Зв'язок з клієнтом і збір даних стає значно легшим бо не потребує пошуку фідбеку з різних ресурсів для покращення сервісу у майбутньому [5].

Відповідь або ж зворотний зв'язок, дозволяє у режимі реального часу через цифрові сервіси дозволяє клієнтам:

- залишити відгук безпосередньо після взаємодії з послугою чи товаром;
- повідомити про проблему або дати пропозицію;
- швидко отримати відповідь, розв'язання питання чи компенсацію.

Це відкриває компаніям змогу оперативно реагувати на зміни у потребах клієнтів і вдосконалювати якість обслуговування.

Аналітика за допомогою штучного інтелекту та персоналізація в наданні послуг відкриває можливість ШІ:

- аналізувати дії клієнтів на платформах;
- виявляти повторювані сценарії поведінки;
- передбачати інтереси та потреби;
- формувати персоналізовані пропозиції, рекомендації та автоматичні підказки.

Це робить взаємодію з сервісом більш комфортною та цінною для клієнта і конкурентною перевагою для компанії, бо економиться велика купа часу на вивчення звичок та поведінки клієнта і ввести певні зміни до своїх послуг.

Опитування або рейтинг. Такий вид взаємодії з споживачами дає відчуття споживачу що його думка є значущою і його досвід користування важливий для цієї компанії або залишити відгук про свій негативний досвід що покаже на прогалини в системі і допоможе зекономити на вирішенні проблем і не дасть втратити у прибутку.

Після взаємодії з сервісом або враження від послуги, клієнти можуть:

- оцінити рівень обслуговування;
- залишити коментар щодо якості;
- вплинути на розвиток продукту або сервісу.

Зібрані дані допомагають компаніям виявляти сильні й слабкі сторони, покращувати роботу персоналу, а також формувати рейтинг послуг, локацій або фахівців [6].

Результатом комунікації через цифрові засоби переводить спілкування з споживачем з формального до персонального, швидкого та ефективного і сприяє зростанню лояльності.

Підвищення прозорості через цифровізацію послуг.

Довіра клієнтів до компанії яку вони обирають для отримання послуги або сервісу є ключовим фактором у цьому питанні, прозорість є наполегливою частиною що стала однією з основ клієнтоорієнтованої стратегії. Завдяки цифровим технологіям компанії отримали нові інструменти для відкритої, чесною та зрозумілою взаємодії з клієнтом.

Цифрові сервіси відкривають для споживача доступ до інформації який за старим укладом потрібно ретельно та довго шукати для отримання роз'яснення інтересуючих питань, як наприклад: перегляд детальної інформації та умов отриманої послуги(строки, ціноутворення і тд.), отримання інформації щодо придбаної ними послуги(надійність, склад, швидкість, якість, ціна), побачити досвід інших людей для запевнення у правильності вибору [6].

Це все сприяє знизити невизначеність при виборі і зменшенню сумнівів щодо вибору щоб не виникло непорозумінь та формуванню довіри.

Прозорість яка досягається за допомогою цифрових сервісів, формує відкриті і довірливі відносин між компанією та клієнтом. Усе це є важливим елементом сучасної клієнтоорієнтованості, що зміцнює лояльність, зменшує кількість конфліктів і сприяє сталому розвитку.

Забезпечення безпеки.

Забезпечення безпеки обов'язкова складова клієнтоорієнтованого сервісу в умовах цифровізації. У цифровому середовищі безпека клієнтських даних, транзакцій та анонімність персональних даних це база без якої на вас як надавача будь якої послуги навіть і не звернуть увагу. Окрім того що це юридична необхідність яка зобов'язує компанію до виконання заходів безпеки, це і елемент довіри та іміджу компанії як до відповідального учасника в конкуренції між іншими суб'єктами ринку послуг.

Захист персональних даних повинен бути на високому рівні, бо клієнт в момент коли обирає вашу послугу посеред інших компанії повинен надати велику кількість особистої інформації і надати доступ починаючи від контактних даних до інтересуючих вас товарів чи послуг якими ви цікавилися [7].

Хоча і більша частина споживачів навіть і не розуміється на технічній складові, як саме захищена інформація про них, компанія повинна постійно запроваджувати і оновляти сучасні системи шифрування даних, запроваджувати двофакторну автентифікацію до доступу к інформації споживача, дотримуватись стандартів безпеки.

Зараз більшість послуг можливо оплачувати онлайн тому безпека критично важлива для цифрових платежів що досягають за допомогою захистів від шахрайських схем, підтвердження транзакції через банківські додатки і прозору історію операцій з можливістю оскарження у випадку витоку даних або зламу до доступу до персональних даних [8].

Не менш важливою частиною є і інформування споживача про те, що компанія збирає дані про них. Чітко повинно бути прописано та повідомлено, що той чи інший сервіс збирає яку саме інформацію. Яким чином і де зберігають інформацію, та якими методами її буде захищено від третьої сторони.

Безпеку також можливо рахувати як сервіс, який надається споживачу, або його відсутність чи якість також не є менш важливою у виборі споживача.

Мобільність та доступність за допомогою цифрових технологій.

Цифрові платформи виступають у якості сучасної інфраструктури, створюючи можливості як для споживача так і для компанії, що створила цю платформу.

Одним із видів таких платформ є і мобільні додатки, які стають основним каналом взаємодії зі споживачем. Мобільний додаток встановлюється на смартфон, який є у значно пе-

реважуючої більшості людей, та містить у собі всю необхідну інформацію про людину і виконує функцію ідентифікації особи.

Такий вид комунікації через мобільний додаток забезпечує цілодобовий доступ до всієї необхідної інформації, сервісів, продукту та зворотного зв'язку в режимі реального часу і навіть інколи без доступу до інтернету. Це потужний інструмент для клієнтоорієнтованості, що забезпечують більше схильності при виборі компанії, яка надає необхідну послугу [9].

Ще одним не менш ефективним цифровим інструментом є хмарні технології, які забезпечують доступ до даних і сервісів з будь-якого пристрою в будь-який момент. Вони гарантують синхронізацію інформації в режимі реального часу, стабільність та масштабованість, що особливо важливо під час пікових навантажень. Хмари також дозволяють клієнтам працювати з даними без потреби встановлювати додаткове програмне забезпечення, що підвищує зручність і мобільність користування (Таблиця 2).

Окрім технічних рішень з поліпшення сервісу послуг, цифровізація сприяє гнучкості у виборі формату обслуговування. Клієнти можуть обирати між онлайн або офлайн, чи гібридними моделями. Користуватися самообслуговуванням або звертатися до операторів, адаптувати послугу під власні потреби за допомогою персоналізації. Така гнучкість створює відчуття контролю, підвищує комфорт та залученість клієнта.

Тож, можна зазначити як відобразяться зміни якщо впровадити мобільний додаток для споживачів та хмарних технологій у структуру надання послуг Укрзалізниці, це принесе ряд позитивних змін, які відобразяться на підвищенні ефективності роботи компанії та підвищенні у обслуговуванні пасажирів.

Впровадження цифрових технологій позначиться на покращенні клієнтського досвіду. Мобільний додаток відкриває можливість пасажиру швидко та у будь-який час купувати квиток, бронювати його та отримувати актуальну інформацію. За допомогою push-повідомлень пасажир має можливість знати: про зміни у розкладі поїздів, змін у маршруті, про відміну та затримку рейсу у реальному часі та інше. Такі нововведення підвищують лояльність та задоволеність пасажирів від отриманого досвіду і створює позитивний імідж компанії.

За допомогою введення додатку можливе створення оперативного зв'язку між клієнтом і Укрзалізницею. Додаток відкриває можливість і вирішує питання покращення клієнто-

Таблиця 2. Переваги мобільних додатків та хмарних технологій

Переваги мобільного додатку	Переваги хмарних технологій
1. Цілодобова доступність	1. Доступність з будь-якої точки
2. Персоналізація	2. Безперервна робота
3. Самообслуговування	3. Масштабованість
4. Збір зворотного зв'язку	4. Економія ресурсів
5. Інтеграція з іншими сервісами	5. Безпека та захист даних
6. Прозорість і довіра	6. Швидке впровадження нових сервісів

Джерело: розробка автора.

орієнтованості. Клієнт безпосередньо у системі залишає відгук, пропозицію чи скаргу, що дає можливість швидко реагувати на потребу або недолік обслуговування та виправити їх. Це створює картину того, що компанія працює над своїм сервісом і прислухається до кожного з своїх клієнтів.

Створення платформи у комбінації мобільного додатку та хмарних технологій в управлінні, відкривається можливість оптимізації внутрішніх робочих процесів. Використання хмарних технологій в середині управління компанії дозволить забезпечити централізоване управління даними, швидкий обмін інформацією між різними підрозділами компанії, гнучкість у масштабуванні IT-інфраструктури та зниження витрат на її обслуговування. А використання хмарних рішень в парі з додатком зменшить час та витрати на збір фідбеку, його обробку, прийняття рішень на введення нових споживчих забаганок, чи виправлення недоліків, у цьому допоможе інтеграція ШІ.

Введення штучного інтелекту посилить аналітичні можливості компанії. ШІ зменшить час на прийняття рішень та зменшить кількість помилок. Завдяки цифровим рішенням обробка великих обсягів даних (Big Data) через хмарні технології стає швидше та легше, компанія ефективніше аналізує поведінку пасажирів, прогнозує попит на маршрути і послуги та оптимізує графіки руху, спираючись на динаміку попиту.

Першими хто відчує позитивні зміни в цифровізації, це і буде сама Укрзалізниця, пасажирів будуть вмотивовані у виборі подорожі саме залізничним транспортом із-за легкості використання і доступності сервісу з отримання послуг, співробітники отримають робочий зрозумілий простір, який зменшить навантаження з обробки великих об'ємів інформації, спростить прийняття рішення та швидкість його прийняття, покращить досвід самого робочого процесу. Бізнес-партнери будуть більш зацікавлені у роботі з Укрзалізницею, що збільшить кількість колаборації з іншими партнерами, за

рахунок гарної репутації компанії, що є перевагою у використанні цифрових технологій.

ВИСНОВКИ

Отже, сучасний підхід до розвитку клієнтоорієнтованості через цифровізацію ефективно сприяє до зацікавленості споживача при виборі послуги. Цифрові інструменти підвищують прозорість, забезпечують безпеку, оптимізують витрати та створюють гнучке середовище для надання послуг, що приваблює сучасного споживача.

Цифровізація послуг скорочує час отримання послуги та стимулює кількість наданих послуг. Завдяки такому підходу компанії стають ближчими до своїх клієнтів, швидше реагують на їх запити й пропонують індивідуальні рішення. Цифровізація стає ключовим фактором у розвитку клієнтоорієнтованості. За рахунок впровадження чат-ботів, онлайн-платформ, мобільних додатків, хмарних технологій, аналітики на основі ШІ та систем зворотного зв'язку, дає можливість компанії не лише задовольняти потреби клієнтів, а й прогнозувати їх, будуючи довготривалі взаємини з клієнтами.

Література:

1. Чаркіна, Т.Ю., Циганков, С.С. (2024), Цифрові інструменти та підходи до маркетингового управління транспортним ринком. Інвестиції: Практика та досвід 2024 № 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.5.60>

2. Charkina, T., and Zadoya, V. (2022), "Features of structural transformation of railway transport based on the principles of marketing management". European socio-legal and humanitarian studies, vol. 2, pp. 56—65. ISSN 2734-8873

3. Задоя В. О., Цифровий потенціал маркетингового управління розвитком залізничного транспорту. Ефективна економіка. 2022. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11>

4. Дергоусова А. О., Токарева В. І., Панасюк І. П. Клієнтоорієнтований маркетинг в умовах цифровізації економіки. Економіка та суспільство 2024 № 62, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-11>

5. Осокін М. Г., Осокіна А. В. Цифрові комунікації в системі управління бізнесом. Економіка та суспільство 2024 № 64 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-31>

6. Бодяка С. (2023), "Діалог з клієнтами: AI та ChatGPT покращують комунікації брендів". URL: <https://mind.ua/openmind/20262289-dialog-z-klientami-ai-ta-chatgpt-pokrashchuyut-komunikaciyi-brendiv>

7. ПроксісТМ, "Розвиток інтелектуального транспорту за допомогою штучного інтелекту, 5G та граничних обчислень". 2022. URL: <https://www.proxis.ua/uk/show-article/531/>

8. Дуляба Н. І., Обрамич О. С. "Теоретичні засади дослідження сутності цифрової безпеки". Економіка та суспільство. 2023. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-66>

9. Тюріна Д. М. "Мобільні додатки як сучасний інструмент інноваційного розвитку в сфері туризму". Економіка та суспільство. 2024. № 68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-91>

References:

1. Charkina, T., and Tsyhankov, S. (2024), "Digital tools and approaches to marketing management of the transport market", Investments: Practice and experience, vol. 5. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.5.60>.

2. Charkina, T., and Zadoya, V. (2022), "Features of structural transformation of railway transport based on the principles of marketing management", European socio-legal and humanitarian studies, vol. 2, pp. 56—65. ISSN 2734-8873

3. Zadoja, V. (2022), "Digital potential of marketing management for the development of railway transport", Effective economy. vol.11. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11>.

4. Derhousova, A., and Tokareva, V., and Panasiuk, I. (2024), "Customer-oriented marketing in the conditions of digitalization of the economy", Economy and society. vol. 62. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-11>.

5. Osokin, M., and Osokina A. (2024), "Digital communications in the business management system", Economy and society, vol. 64. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-31>.

6. Bodyka, S. (2022), "Dialogue with customers: AI and ChatGPT improve brand communications", available at: <https://mind.ua/openmind/20262289-dialog-z-klientami-ai-ta-chatgpt-pokrashchuyut-komunikaciyi-brendiv> (Accessed 7 sep 2022).

7. Proxis (2022), "Developing intelligent transport with artificial intelligence, 5G and edge computing", available at: <https://www.proxis.ua/uk/show-article/531/> (Accessed 11 aug 2022).

8. Duliaba, N., and Obramych O. (2023), "Theoretical basis of studying the essence of digital security", Economy and society, vol. 55. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-66>.

9. Tiurina, D. (2024) "Mobile applications as a modern tool of innovative development in the sphere of tourism", Economy and society, vol. 68. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-91>.
Стаття надійшла до редакції 29.04.2025 р.