

УДК 330.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.74-14>**Вовк О.М.**

доктор економічних наук, професор
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1680-1959>

Борисова Т.М.

доктор економічних наук, професор
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2906-2769>

Vovk Olha

Doctor of Economic Sciences, Professor
National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Borysova Tetiana

Doctor of Economic Sciences, Professor
West Ukrainian National University

РИНКОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АВІАПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

THE MARKET ASPECTS OF DEVELOPING THE INNOVATIVE POTENTIAL OF AN AVIATION ENTERPRISE IN THE DIGITAL ECONOMY

У статті проаналізовано маркетингові аспекти розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємств в умовах цифрової економіки. Визначено, що цифрова трансформація відкриває широкі можливості авіапідприємствам для підвищення рівня продуктивності у всіх сферах, активно сприяє розвитку цифрової інфраструктури та слугує одним із ключових факторів розвитку інноваційного потенціалу. Проаналізовано прогнозні зміни частки цифрової економіки у ВВП України. Визначено шляхи активізації інноваційного потенціалу авіапідприємств у контексті застосування положень цифрової економіки. Обґрунтовано особливості розвитку інноваційного потенціалу в умовах цифровізації з урахуванням можливостей цифрового маркетингу. Проаналізовано детермінанти розвитку інноваційного потенціалу в умовах цифрової економіки, які об'єднують різні ключові фактори, що визначають успішність впровадження цифрових інновацій в авіаційній галузі. Визначено, що нові напрямки у цифровому маркетингу авіапідприємств відіграють значущу роль у розробці інноваційних стратегій розвитку, що дозволяє підприємствам випереджати конкурентів, покращувати враження клієнтів та стимулювати зростання. Обґрунтовано, що підприємства, які активно інтегрують цифрові рішення в свою стратегію, мають унікальну можливість визначати та змінювати стандарти у своїй галузі, забезпечуючи стабільний інноваційний розвиток в умовах цифрової трансформації.

Ключові слова: ринок, розвиток авіаційної галузі, інноваційний потенціал, авіапідприємство, цифрова економіка, цифровий маркетинг.

The article analyzes the market aspects of the development of innovative potential an aviation enterprise in the digital economy. It is determined that digital transformation opens up wide opportunities of aviation enterprise for increasing the level of productivity in all spheres, actively promotes the development of digital infrastructure and serves as one of the key factors in the development of innovative potential. The forecast changes of the share of the digital economy in the GDP of Ukraine are analyzed. The ways of activating the innovative potential of airline enterprises in the context of applying the provisions of the digital economy are determined. Which includes: ensuring optimization and automation of regulation of economic processes in aviation enterprise; creation of a base for improving the efficiency of scientific and innovative activities and the level of innovative development; ensuring an increase in the level of competitiveness of the environment; increasing the resistance of economic agents to cyclical fluctuations by mitigating the impact of destructive global trends; activation of attraction to the system-forming spheres of economic activity of investment capital, including foreign; enhancing the processes of attracting investment capital for the implementation of regional development programs. The peculiarities of development of the innovative potential of airline enterprises in the context of digitalisation, taking into account the possibilities of digital marketing, are substantiated. The article analyses the determinants of development of innovation potential in the digital economy, which combine

various key factors that determine the success of digital innovations in the aviation industry. It is determined that new directions in digital marketing play a significant role in the development of innovative development strategies, which allows airline enterprises to stay ahead of competitors, improve customer impressions and stimulate growth. Digital marketing allows you to personalize communications with the audience, using data and analytics to better understand consumer behavior, and the use of artificial intelligence technologies and big data analysis helps enterprises and organizations not only effectively advertise their products, but also adapt them to changes in consumer preferences. It is substantiated that enterprises that actively integrate digital solutions into their strategy have a unique opportunity to define and change standards in their industry, ensuring stable innovative development in the context of digital transformation.

Key words: marketing, development of the aviation industry, innovation potential, aviation enterprise, digital economy, digital marketing.

Постановка проблеми. У сучасному економічному середовищі, охопленому впливом цифрової трансформації, економічні системи стикаються з рядом викликів та проблем, пов'язаних із забезпеченням розвитку інноваційного потенціалу. Для багатьох авіаційних підприємств цифрова економіка відкриває нові можливості, але водночас створює серйозні труднощі, котрі потребують уваги та ефективних рішень. Однією з ключових проблем є швидкі технологічні зміни, що спонукають авіапідприємства до постійного оновлення, в тому числі і їх маркетингових підходів. Актуалізуються також проблеми зміни споживацької поведінки, що вимагає забезпечення належного рівня адаптивності маркетингових стратегій до нових реалій цифровізації. Споживачі, маючи доступ до великої кількості інформації, очікують персоналізованих та релевантних пропозицій. На відміну від традиційних методів, цифрові канали вимагають більш гнучких та інноваційних стратегій комунікації. Важливим аспектом в даному контексті є також високий рівень конкуренції, який зумовлює необхідність постійного вдосконалення та інноваційних підходів у маркетингових стратегіях. Брендів слід постійно шукати нові способи виокремлення від конкурентів та використовувати передові технології для залучення і утримання клієнтів. Виходячи із вище означеного, тематика дослідження є актуальною, оскільки розвиток інноваційного потенціалу авіапідприємств в умовах цифрової економіки глобальних ринків вимагає вирішення проблем, пов'язаних із швидкими технологічними змінами, зміною споживацьких уподобань та зростаючою конкуренцією, що ставлять авіапідприємства перед необхідністю постійного вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємств знаходить своє відображення у працях таких науковців як Гринько П.Л. [4], Дерманська Л.В. [6], Малюта Л.Я. [6], Тимошенко Н.Ю. [9], Смерічевський С.Ф. [12], Ареф'єва О.В. [13] та ін. Переваги застосування ринкових технологій, інструментів цифрового маркетингу для розвитку інноваційного потенціалу розкриваються в працях таких науковців як Вовчанська О.М. [1], Грабович І.В. [3], Гуцалюк О.М. [5], Іванова Л.О. [1], Обіход С.В. [7], Пономаренко І.В. [8], Ковальчук А.М. [14] та ін. Проте, подальше дослідження цієї проблематики необхідне для розкриття можливостей цифрового маркетингу та адаптації до змін, що забезпечать успішне впровадження інновацій та створення конкурентних переваг в епоху цифрової трансформації авіаційної галузі.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті виступає обґрунтування ринкових аспектів роз-

витку інноваційного потенціалу авіапідприємств в умовах цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова трансформація відкриває широкі можливості для підвищення рівня продуктивності авіапідприємств у всіх сферах, активно сприяє розвитку цифрової інфраструктури та слугує одним із ключових факторів у виникненні нових цифрових сервісів. Інноваційні рішення, які виникають внаслідок цих процесів, не лише сприяють економічному розвитку, але також роблять його більш ефективним.

Підтвердженням цьому може слугувати прогноз зміни частки цифрового сектору у ВВП України (рис. 1), який демонструє зростання частки цифрової економіки [2, с. 153].

Процеси цифровізації сприяють активізації інноваційного потенціалу авіапідприємств шляхом [10, с. 203]:

- забезпечення оптимізації та автоматизації регулювання економічних процесів;
- створення бази для підвищення ефективності науково-інноваційної діяльності й рівня інноваційного розвитку;
- забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності економічного потенціалу;
- підвищення стійкості економічних агентів до циклічних коливань шляхом пом'якшення впливу деструктивних глобальних тенденцій;
- активізації залучення до системоутворюючих сфер економічної діяльності інвестиційного капіталу;
- активізації процесів повернення інвестиційного капіталу авіапідприємств для реалізації стратегій інноваційного розвитку.

Такі тенденції на рівні з іншими підкреслюють також важливість ефективного маркетингу в цифровому середовищі ринків та необхідність адаптації маркетингових стратегій до нових реалій цифрової економіки для розвитку інноваційного потенціалу та збереження і зміцнення конкурентних позицій авіапідприємств.

Відповідно, в епоху цифровізації інновації стають домінуючим каталізатором розвитку авіапідприємств, визначаючи їх подальший успіх та рівень конкурентоспроможності. Зростання технологічності створює унікальні можливості для розвитку інноваційного потенціалу, відкриваючи шляхи до новаторських стратегій та підходів у всіх сферах. Проте цифрові технології не тільки перетворюють способи виробництва та споживання, але й вимагають від підприємств постійного вдосконалення та адаптації. У цьому контексті важлива роль відводиться також маркетингу, що сприяє вдосконаленню взаємодії з цифровим середовищем ринку авіаційних послуг, стимулюючи впровадження інновацій, які відповідають вимогам сучасного ринку та задовольняють потреби споживачів.

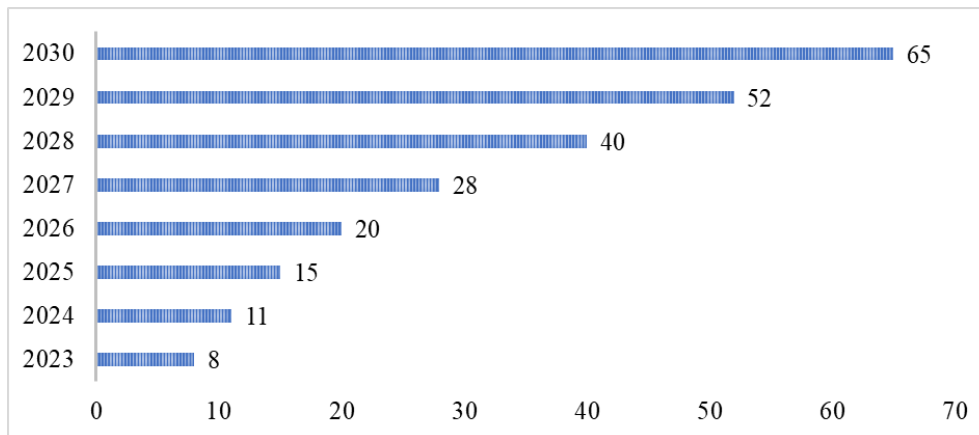


Рис. 1. Прогнозні зміни частки цифрової економіки у ВВП України, %

Джерело: складено автором за даними [11]

Виходячи з вище означеного, зважаючи на те, що ефективність управління маркетингом слугує одним із ключових чинників успіху для розвитку авіапідприємств в умовах цифрової економіки важливого значення набуває цифровий маркетинг, який включає інструменти інтернет-маркетингу, але його вплив не обмежується лише глобальною мережею, оскільки використовує будь-які цифрові засоби, що не завжди пов'язані з Інтернетом. Цифровий маркетинг визнають ключовим фактором успіху будь-якого бізнесу, оскільки він забезпечує значні конкурентні переваги, починаючи від базової реклами і закінчуючи збільшенням обсягів продажів [1, с. 224]. Розглянемо особливості розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємства в умовах цифрової економіки, що передбачають застосування технологій цифрового маркетингу (рис. 2).

Детермінанти розвитку інноваційного потенціалу в умовах цифрової економіки об'єднують різні ключові фактори, що визначають успішність впровадження цифрових інновацій на авіапідприємства. Розвинена технологічна інфраструктура та висока ринкова й цифрова компетентність персоналу створюють фундамент для успішної адаптації інноваційних рішень. Залучення кваліфікованого людського капіталу, що володіє описаними компетенціями, є важливою передумовою для ефективної роботи в цифровому середовищі. Фінансова підтримка дозволяє реалізовувати інноваційні ідеї, а підприємницька культура сприяє створенню відкритого середовища для інноваційних рішень та ризикованих експериментів. Попит на інновації на ринку авіаційних послуг є стимулом для створення нових технологій та продуктів, а гнучка правова та регуляторна база надає підтримку для розвитку цифрових технологій. Загалом, ці детермінанти становлять комплексний підхід до створення сприятливого середовища в авіаційній галузі для розвитку інноваційного потенціалу підприємства в умовах цифрової економіки.

В даному контексті цифровий маркетинг стає ключовим інструментом для ефективної активізації та використання інноваційного потенціалу авіаційних підприємств в умовах цифрового економічного простору, надаючи засоби для гнучкої, персоналізованої та глобальної взаємодії зі ринковою аудиторією.

Останні тенденції у маркетинговій сфері, котра стрімко розвивається (технології QR-кодування, віртуальна та доповнена реальність, 3D-проєкції та інші), дозволяють підприємствам та організаціям створювати унікальний досвід для своїх споживачів, привертати нових клієнтів, додаючи цифрові компоненти [3, с. 38]. Загалом, нові напрямки у цифровому маркетингу відіграють значущу роль у розробці інноваційних стратегій розвитку, що дозволяє підприємствам випереджати конкурентів, покращувати враження клієнтів та стимулювати зростання [7].

Таким чином, у сучасній цифровій економіці розвиток інноваційного потенціалу авіапідприємств є неможливим без активної взаємодії з цифровим маркетингом, що виступає одним із ключових каталізаторів для успішного впровадження новаторських рішень та технологій. Однією з основних особливостей є підвищення доступності та масовості впровадження інновацій за допомогою цифрових каналів комунікації, таких як соціальні мережі, електронна пошта, та пошукові системи. Цифровий маркетинг дозволяє персоналізувати комунікації авіакомпаній з аудиторією, використовуючи дані та аналітику для кращого розуміння споживацької поведінки. Застосування технологій штучного інтелекту та аналізу великих обсягів даних допомагає авіапідприємствам та організаціям не лише ефективно рекламувати свої продукти, а й адаптувати їх до змін споживацьких уподобань. Такий підхід сприяє створенню динамічних та інноваційних стратегій, що в свою чергу сприяє сталому інноваційному росту в умовах цифрової економіки.

Висновки. Цифрова економіка несе величезні можливості для інноваційного росту авіаційної галузі в глобальних економічних системах. Швидке впровадження автоматизованих технологій та високошвидкісних мереж створює сприятливе середовище для розвитку новаторських ідей та проєктів. Важливий акцент робиться на діджиталізації бізнес-процесів та управління, адже оптимізація економічних процесів через використання цифрових інструментів визначає успіх стратегії інноваційного розвитку. Залучення інвестиційного капіталу у впровадження цифрових технологій та реалізацію інноваційних проєктів при використанні інноваційного потенціалу стає ключовим фактором для забезпечення сталого росту та зміцнення позицій авіапідприємств на ринку. Висока технологічна активність



Рис. 2. Особливості розвитку інноваційного потенціалу в умовах цифрової економіки із застосуванням технологій цифрового маркетингу

Джерело: складено автором за даними [4; 5; 6; 8; 9]

привертає інвесторів і сприяє розвитку перспективних галузей економіки, до котрих завжди відносилась авіація як найтехнологічніший та найшвидший вид транспорту. В свою чергу маркетингові технології в умовах цифрової трансформації стають одним із ключових інструментів для підтримки інноваційного потенціалу авіапідприємств, сприяючи залученню та утриманню клієнтської бази, виявленню нових ринкових можливостей та формуванню стійкого образу бренду в онлайн-

середовищі. Загалом, цифрова економіка відкриває нову еру для інновацій, де використання технологій стає необхідністю для утримання конкурентоспроможності авіапідприємств. Підприємства, що активно інтегрують цифрові рішення маркетингового забезпечення в свою стратегію інноваційного розвитку, мають унікальну можливість визначати та змінювати стандарти на авіаційних ринках, забезпечуючи стабільну результативність розвитку в умовах цифрової трансформації.

Список використаних джерел:

1. Вовчанська О.М., Іванова Л.О., Шамов А.О. Переваги технологій цифрового маркетингу для вдосконалення бізнесу у соціальних мережах. *Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення* : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (18-19 квітня 2023 р., м. Київ). Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2023. Т. 2. С. 224–227.
2. Гавронський А.О. Вплив цифровізації на інноваційний розвиток регіонів. *ECONOMIC SYNERGY*. 2023. Випуск 4 (10). С. 147–157. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-4-10>
3. Грабович І.В. Світові тенденції застосування інструментів цифрового маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2022. Випуск 42. С. 34–41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-42-6>
4. Гринько П.Л. Інновацізація як прогностична ідея розвитку бізнесу в умовах цифрової економіки. *Бізнес Інформ*. 2019. № 10. С. 57–63. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-10-57-63>
5. Гуцалюк О.М., Гаврилова Н.В. Вплив маркетингових, фінансових та цифрових технологій на розвиток інфокомунікаційної сфери як складової інноваційної інфраструктури. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 2. С. 166–171. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).166-171](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).166-171)
6. Малюга Л.Я., Дерманська Л.В. Інноваційно-цифрові перспективи розвитку економіки України. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2019. Том 30 (69). № 2. С. 55–60.
7. Обіход С.В., Матвеев М.Е., Бойко В.Д. Digital-маркетинг в умовах цифровізації сучасних бізнес-процесів. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-76>
8. Пономаренко І.В., Віннікова І.І., Гребньов Г.М. Практичні аспекти застосування інноваційних цифрових технологій в маркетинговій діяльності. URL: https://oalib-perpustakaan.upi.edu/Record/doaj_717a4381afc74a04ba202d8b7aba434d
9. Тимошенко Н.Ю., Шабанова М.А. Розвиток інноваційної діяльності в умовах цифровізації. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-30>
10. Тульчинська С.О., Дергалюк М.О. Вплив цифровізації на активізацію потенціалу регіонів в сучасних умовах. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи* : зб. тез III Міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Київ, 08 груд. 2022 р.). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського ; Вид-во «Політехніка», 2022. С. 203.
11. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
12. Reshetnikova I., Smerichevskiy S., Vovk O., Astakhov K. Assessment of effectiveness of modernization of transport enterprises in the context of analysis of innovation determinant *Marketing and Management of Innovations*. 2022. No. 4. P. 237–252. DOI: <https://doi.org/10.21272/mmi.2022.4-19>
13. Ареф'єва О., Сімкова Т., Жураківський В. Стратегічний розвиток авіатранспортних підприємств в конкурентних умовах. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-101>
14. Kuzior A., Arefieva O., Kovalchuk A., Brozek P. & Tytykalo V. Strategic guidelines for the intellectualization of human capital in the context of innovative transformation. *Sustainability (Switzerland)*. 2022. No. 14(19). DOI: <https://doi.org/10.3390/su141911937>

References:

1. Vovchanska O. M., Ivanova, L.O., Shamov, A.O. (April 18-19, 2023) Perevahy tekhnologii tsyfrovoho marketynhu dlia vdoskonalennia biznesu u sotsialnykh merezhakh [Advantages of digital marketing technologies for business improvement in social networks]. *Management and marketing as factors of business development in the conditions of economic recovery: materials of the International science and practice conf.* Kyiv: Kyiv-Mohyla Academy Publishing House, pp. 224–227.
2. Havronskiy A. O. (2023) Vplyv tsyfrovizatsii na innovatsiyniy rozvytok rehioniv [The influence of digitalization on the innovative development of the regions]. *Economic Synergy*, vol. (4), pp. 147–157. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-4-10>
3. Hrabovych I. V. Svitovi tendentsii zastosuvannia instrumentiv tsyfrovoho marketynhu [Global trends in the application of digital marketing tools]. *Uzhorod National University Herald. Series: International Economic Relations and World Economy*, vol. (42), pp. 34–41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-42-6>
4. Hrynko P. L. (2019) Innovatyzatsiia yak prohnostychna ideia rozvytku biznesu v umovakh tsyfrovoy ekonomiky [Innovation as a Predictive Idea of Business Development in the Context of Digital Economy]. *Business Inform*, no. 10, pp. 57–63. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-10-57-63>
5. Hutsaliuk O. M., Havrylova N. V. (2020) Vplyv marketynhovykh, finansovykh ta tsyfrovoykh tekhnologii na rozvytok infokomunikatsiynoi sfery yak skladovoi innovatsiynoi infrastruktury [Influence of Marketing, Financial and Digital Technologies in the Development of Infocommunication Sphere as a Component of Innovation Infrastructure]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, no. (2), pp. 166–171. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).166-171](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).166-171)
6. Maliuta L. Ia., Dermanska L. V. (2019) Innovatsiino-tsyfrovi perspektyvy rozvytku ekonomiky Ukrainy [Innovative and digital perspectives of development of economy of Ukraine]. *Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Economy and Management*, vol. 30 (69), no. 2, pp. 55–60.
7. Obikhod S. V., Matveiev M. E., Boiko V. D. (2023) Digital-marketynh v umovakh tsyfrovizatsii suchasnykh biznes-protsesiv [Digital marketing in the context of digitalization of modern business processes]. *Economy and Society*, vol. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-76>
8. Ponomarenko I. V., Vinnikova I. I., Hrebnyov H. M. Praktychni aspekty zastosuvannia innovatsiynykh tsyfrovoykh tekhnologii v marketynhovii diialnosti [Practical aspects of innovative digital technologies application in marketing]. Available at: https://oalib-perpustakaan.upi.edu/Record/doaj_717a4381afc74a04ba202d8b7aba434d
9. Tymoshenko N. Yu., Shabanova M. A. (2021) Rozvytok innovatsiynoi diialnosti v umovakh tsyfrovizatsii [Innovative activity development in the conditions of digitalization]. *Economy and Society*, vol. 29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-30>
10. Tulchynska S. O., Dergalyuk M. O. (2022) The influence of digitalization on the activation of the potential of regions in modern conditions. *Business, innovations, management: problems and prospects*: coll. theses III International science and practice conf. (Kyiv, December 8, 2022). Kyiv: KPI named after Igor Sikorskyi, Polytechnic Publishing House, p. 203.

11. Ukraina 2030 E–kraina z rozvynutoiu tsyfrovou ekonomikou [Ukraine 2030E is a country with a developed digital economy]. Available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
12. Reshetnikova I., Smerichevskiy S., Vovk O. & Astakhov K. (2022) Assessment of effectiveness of modernization of transport enterprises in the context of analysis of innovation determinant. *Marketing and Management of Innovations*, no. 4, pp. 237–252. DOI: <https://doi.org/10.21272/mmi.2022.4-19>
13. Arefieva O., Simkova T. & Zhurakivskiy V. (2022) Strategic development of air transport enterprises in competitive conditions. *Economy and Society*, no. 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-101>
14. Kuzior A., Arefieva O., Kovalchuk A., Brožek P. & Tytykalo V. (2022) Strategic guidelines for the intellectualization of human capital in the context of innovative transformation. *Sustainability (Switzerland)*, no. 14(19). DOI: <https://doi.org/10.3390/su141911937>