

Мовчан А. О., Смирнова Т. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НЕОБХІДНІСТЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Бізнес зараз існує у час цифрової революції, коли вже практично кожне підприємство не може уявити своє життя без цифрових технологій, і чим швидше вони розвиваються та впроваджуються, тим швидше змінюється менеджмент. І саме в епоху таких динамічних змін бізнес не може існувати за старими моделями, він повинен рухатись та змінюватись, інакше є великий ризик залишитися на місці чи позаду конкурентів та втратити долю ринку.

Сучасний споживач звик до технологій, які роблять процес вибору і покупки товару максимально легким та безболісним. Споживачі цінують свій час, їм потрібен ефективний миттєвий зворотній зв'язок, а також зрозумілий та зручний інтерфейс для задоволення споживчих потреб. Привабливий дизайн інформаційних ресурсів, наявність онлайн-чатів, індивідуальний підхід – це світ, до якого клієнти вже встигли звикнути. Виходячи з цього, рано чи пізно бізнесу доведеться прийняти нові правила гри та випробувати на своєму менеджменті процес діджиталізації, оскільки це трансформує і оптимізує бізнес-процеси, підвищує продуктивність компанії на ринку та покращує досвід взаємодії з клієнтами.

Швидкі зміни у технологічному середовищі призводять до того, що метою діджиталізації є задоволення потреб споживача, які змінюються разом з розвитком технологій, а саме – вимагають створення більш комфортної та оперативної взаємодії клієнта з компанією. Також використання діджиталізації дає можливість вдосконалити продукт, тобто його якості, привабливість, зручність використання, автоматизувати процес виробництва та інших внутрішніх процесів компанії; спрощення внутрішніх і зовнішніх комунікацій.

Згідно з останніми дослідженнями ринку у світі складається наступна ситуація:

- 60% компаній почали застосовувати діджитал-технології та змінювати за допомогою них бізнес під потреби клієнта;
- 20% компаній тільки почали знайомитися з діджитал;
- 18% компаній залучають і обслуговують клієнтів за допомогою інформаційних технологій;
- 2% компаній повністю пройшли діджиталізацію [1].

Через кілька років digital-трансформація стане життєвою необхідністю для бізнесу, тому керівникам підприємств необхідно задуматися про перехід на digital вже зараз.

Очевидно, що використання сучасних технологій у маркетинговому менеджменті потрібно кожному виду бізнесу. Необхідний мінімум для будь-якої компанії зараз – це наявність сайту та акаунтів у соцмережах. Ті бренди, які хочуть зробити ще один крок до клієнтів, можуть також зайнятися розробкою мобільного застосування і використовувати інші канали просування своїх продуктів та послуг. І це може вивести їх на новий рівень комунікацій. Більш системна digital-трансформація повинна зачіпати не тільки роботу з клієнтами, а й глибинні процеси бізнесу: виробництво, управління персоналом, внутрішні комунікації. Для здійснення такого процесу повинна бути проведена серйозна робота, в основі якої базуються хмарні та мобільні сервіси.

Саме тому в повній мірі діджиталізація актуальна для середнього та великого бізнесу, бо малий бізнес цілком може обмежитися використанням декількох digital-інструментів. При цьому вона потрібна компаніям як B2C, так і B2B і B2G сегментів.

Крім додаткових витрат та необхідності зміни системи менеджменту, діджиталізація не дозволить бізнесу загинути, бо існує цілий ряд переваг переходу на digital:

- висока мобільність на ринку;
- висока конкурентоспроможність;
- економія коштів (при грамотному підході);
- спрощення роботи із внутрішніми статистичними даними;

- побудова позитивного іміджу компанії;
- підвищення лояльності клієнтів до бренду.

Одним з основних пріоритетів для керівників компаній в поточних макроекономічних умовах є підвищення ефективності бізнесу, зниження витрат і скорочення часу виходу на ринок нових продуктів і додаткових послуг, а цифрова трансформація бізнесу є одним з ключових інструментів, які дозволяють успішно вирішувати цей спектр завдань.

У рейтингу цифрової конкурентоспроможності країн в 2018 році Україна піднялася на два пункти в порівнянні з 2017-м. Зараз наша країна займає 58-у позицію серед 63 держав, які пройшли індексацію, хоча ще рік тому була на 60-му місці. Діджиталізація бізнесу в Україні прискорюється. Компанії починають масово впроваджувати цифрові інструменти. Ці сервіси стають ключовим пунктом, який вирізняє успішні країни, що розвивають бізнеси від тих, які втрачають довіру клієнтів і присутність на ринку [2].

Таким чином, сьогодні цифрова трансформація бізнесу – це один із драйверів зростання для більшості економічних сфер маркетингової діяльності. Діджиталізація бізнесу дозволяє менеджменту розвиватися і створювати нові можливості для компаній, підприємців та самозайнятих працівників. Особливо це актуально, коли мова йде про сталий розвиток власного бренду і досягнення успіху.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://dnepr.hh.ua/article/24987>.
2. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/forum-digital-biznes-v-ukraine-gotov-k-cifrovom-349977/>.
3. Катасонов В. Оцифрований світ грошей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kv-journal.su/content/ocifrovannyu-mir-deneg>.
4. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://tqm.com.ua/likbez/article/cifrovaya-transformaciya-didigitalisaciya-biznesa>.