МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС – АДМІНІСТРУВАННЯ

Матеріали
ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції

«РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ: НАУКОВІ ТЕЧІЇ ТА РІШЕННЯ»

Том І

Київ,
20-25 травня 2022 р.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
NATIONAL AVIATION UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION

Abstracts of
III International scientific-practical conference

«ECONOMIC AND BUSINESS ADMINISTRATION DEVELOPMENT: SCIENTIFIC CURRENCIES AND SOLUTIONS»

Tom I

Kyiv
May,20-25 2022

УДК: 330:656.7 (043)

Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення». 20-25 травня 2022 р. Том 1. К.: НАУ, 2022. 232 с.

Матеріали науково-практичної конференції містять короткий зміст доповідей науково-дослідних робіт теоретичного, методологічного та прикладного характеру щодо розкитку економічного та бізнесового середовища.

Розраховані на широке коло фахівців, студентів, аспірантів та викладачів.

Головний редактор:
Смерічевський Сергій Францович, д.е.н., професор, декан факультету економіки на бізнес-адміністрування;
Заступник головного редактора:
Вовк Ольга Миколаївна, д.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки на бізнес-адміністрування;

Члени редакційної колегії:
Ареф'єва Олена Володимирівна, к д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки повітряного транспорту, Національного авіаційного університету;
Касьянова Наталія Віталіївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки, Національного авіаційного університету;
Князєва Тетяна В'ячеславівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету;
Косова Тетяна Дмитрівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування, Національного авіаційного університету;.
Чумак Оксана Володимирівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та бізнес-технологій Національного авіаційного університету;

Рекомендовано до друку Вченою радою Факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету.

Матеріали публікуються у авторській редакції, мовою оригіналу. Автори несуть відповідальність за зміст і достовірність поданих матеріалів.

©Національний авіаційний університет, 2022

Джабієв А., аспірант,
Шевченко А.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Національного авіаційного університету

ЦИФРОВІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто особливості цифровізації маркетингового управління бізнес-процесами підприємства. Обґрунтовано переваги цифровізації маркетингу, які дозволяють оптимізувати бізнес-процеси на підприємстві.

Ключові слова. Цифровізація, цифрова трансформація, маркетинг, маркетингове-управління бізнес-процесами, автоматизація, оптимізація, зменшення витрат, бізнес-операції, економіка, переваги.

Основні наукові результати. Перехід до інформаційної економіки, що характеризується широким використанням інформаційно-комунікаційних технологій, значною мірою впливає на процеси, що відбуваються на підприємстві. Сучасні цифрові трансформації формують нові запити споживання, а традиційні системи та моделі бізнес-процесів перестають бути ефективними.

У таких умовах виникає та поширюється поняття «цифровізації» як метод перетворення матеріалів або даних у цифровий формат. Вона включає в себе процес адаптації старих бізнес-моделей до нових технологій і охоплює потенціал цифрових технологій для збору даних, визначення закономірностей та прийняття більш ефективних та оптимальних бізнес-рішень.

Метою цифровізації є трансформація бізнес-операцій за допомогою використання оцифрованих даних і технологій, щоб змінити формат ведення бізнесу та підвищити продуктивність, ефективність та конкурентоспроможність підприємства на ринку, що в свою чергу позитивно впливає на економіку країни, її темп розвитку а також інвестиційну привабливість.

Можна виділити наступні переваги цифрової трансформації у маркетингу:

1. Оптимізація та покращення комунікації зі споживачами. Цифровий маркетинг веде до прямого спілкування з наявними та потенційними клієнтами. Цифрова трансформаціє дає можливість бізнесу спілкуватись зі своїми споживачами безпосередньо та забезпечує швидкий зворотній зв'язок зі споживачами, на відміну від традиційного маркетингу. Споживачі можуть висловити свою точку зору та відгуки, щодо своєї думки про продукт і функцій, які їм знадобляться в майбутніх запусках/версіях. Вони можуть отримати миттєву консультацію від представників онлайн-служби підтримки клієнтів. Модифікації товарів чи послуг у майбутньому будуть враховувати побажання споживачів.

2. Більш ефективне охоплення цільової аудиторії. На відміну від традиційних інструментів маркетингу, цифрові дають можливість більш точно охопити цільову

аудиторії за різними критеріями (вік, місто, інтереси тощо). Таким чином бюджет рекламних кампаній зменшується, що дозволяє заощадити на рекламі.

3. Поява безкоштовних інструментів для реклами та управління маркетингом. З початком цифрової трансформації економіки, з'явились інструменти для налаштування онлайн-реклами для бізнесу, частина з яких є безкоштовною. Також з'явились інструменти для планування маркетингу, керування маркетинговим відділом та іншими маркетинговими процесами онлайн, частина з яких також є безкоштовною.

4. Економія часу та підвищення продуктивності через автоматизацію виробництва. Під час автоматизації бізнес-процесів, відбувається звільнення персоналу від одноманітних робочих завдань і з'являється можливість для персоналу зосередитися на більш складних та інноваційних процесу, які допомагають ефективніше функціонувати бізнесу. Завдяки системам автоматизації бізнес-процесів завдання можна виконувати швидше та з меншою кількістю помилок.

Висновки. Цифровізація змінила способи ведення бізнесу. Підприємства рухаються до передових технологій, щоб випередити своїх конкурентів. Цифровізація маркетингу має ряд переваг, що дозволяють вдосконалити та оптимізувати бізнес-процеси. Сьогодні існує досить багато цифрових сервісів, що допомагають заощадити бізнесу час, фінанси та людські ресурси, а також допомагають автоматизувати другорядні процеси і дають змогу зосередитись на основних задачах.

Список використаних джерел:

1. 10 Untold Advantages of Digitalization That You Should Know! URL: https://theecmconsultant.com/advantages-of-digitalization/

2. Digitalization in Marketing | Role, and Impact in 2022. URL: https://www.invitereferrals.com/blog/digitalization-in-marketing/\

3. Луцький М. Г. Інноваційний підхід до впровадження бізнес-моделі діяльності підприємства як засобу реалізації інформаційних технологій в управлінні. Проблеми науки. 2007. № 5. С. 24- 26.

4. Romanenko Y. A., Chaplay I. V. Modern administrative tool of the innovative development of the enterprise. Науковий вісник Полісся. 2017. №2 (2017). С. 156–163

5. Кластерна політика інноваційного розвитку національної економіки: інтеграційний та інфраструктурний аспекти: колективна монографія / За загальною редакцією д.е.н., проф. С.В. Смерічевської. - Познань: Wydawnictwo naukowe WSPIA, 2020. - 382с.

6. Smerichevskyi S., Kryvoviaziuk I, Raicheva L. Economic consequences of financial stability violation of world automotive corporations. Baltic Journal of Economic Studies. 2018. Vol. 4. № 2. P. 229–234. doi: http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-229-234