

Некоторые аспекты использования маркетинговых инструментов для повышения эффективности бизнес-процессов в условиях цифровизации экономики

Ж. Мабиала^{1a}, Е.В. Трусевич^{2b}, Е.В. Романюк^{1c}, О.А. Лисутин^{3d}

¹ Институт экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, пр. Вернадского, 4, Симферополь, Россия

² Братский государственный университет, ул. Макаренко, 40, Братск, Россия

³ Алтайский государственный университет, пр. Ленина, 61, Барнаул, Россия

^a gilmabiala@mail.ru, ^b joint@brstu.ru, ^c rommania@rambler.ru, ^d lisutin_oa@altspu.ru

Статья поступила 06.05.2024, принята 04.06.2024

В статье обобщены основные составляющие эффективности бизнес-процессов субъектов хозяйствования в современных условиях цифровой трансформации экономики. Эффективность деятельности в условиях цифровой трансформации экономики зависит от различных факторов, включающих технологические инновации, стратегическое управление, цифровой маркетинг и адаптацию к новым реалиям. Предприятия, которые успешно интегрируют цифровую стратегию и используют передовую маркетинговую практику, могут успешно привлекать новых клиентов, повышая тем самым эффективность бизнеса. А это значит, что цифровая трансформация помогает предприятиям не только внедрять новые технологии, но и учитывать менталитет, методы взаимодействия с клиентами и другие факторы, позволяющие совершенствовать стратегию бизнеса. В статье определены основные составляющие эффективности бизнеса в условиях цифровизации, место маркетингового комплекса в обеспечении устойчивого развития и конкурентоспособности предпринимательства; уточнено место маркетинговых элементов в обеспечении конкурентоустойчивости и стремительных трендов развития бизнес-структур; идентифицированы инструменты цифрового маркетинга в достижении оптимальных параметров бизнес-деятельности. В заключение делаются выводы о том, что успешная цифровизация приводит к повышению конкурентоспособности и эффективности бизнеса, однако требует от организаций гибкости, инновационного подхода и внимательного отношения к вопросам кибербезопасности.

Ключевые слова: цифровизация экономики; эффективность бизнес-процессов; повышение конкурентоспособности; маркетинговый инструментарий; цифровые технологии; экономическая среда.

Some aspects of using marketing tools to increase efficiency of business processes in the conditions of digitization of the economy

G. Mabilia^{1a}, E.V. Trusevich^{2b}, E.V. Romanyuk^{1c}, O.A. Lisutin^{3d}

¹ Institute of Economics and Management of Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky; 4, Vernadsky Ave., Simferopol, Russia

² Bratsk State University; 40, Makarenko St., Bratsk, Russia

³ Altai State University; 61, Lenin Pros., Barnaul, Russia

^a gilmabiala@mail.ru, ^b joint@brstu.ru, ^c rommania@rambler.ru, ^d lisutin_oa@altspu.ru

Received 06.05.2024, accepted 04.06.2024

This article summarizes the main components of the efficiency of business processes of business entities in modern conditions of digital transformation of the economy. The effectiveness of activities in the context of digital transformation of the economy depends on various factors, including technological innovation, strategic management, digital marketing and adaptation to new realities. Businesses that successfully integrate a digital strategy and use best marketing practices can successfully attract new customers and, thereby, increase business performance. This means that digital transformation helps enterprises not only implement new technologies, but also take into account mentality, methods of interaction with customers and other factors that allow them to improve business strategy. The article identifies the main components of business efficiency in the context of digitalization, the place of the marketing complex in ensuring sustainable development and competitiveness of entrepreneurship; the place of marketing elements in ensuring competitiveness and rapid development trends of business structures is clarified; digital marketing tools are identified in achieving optimal business activity parameters. The conclusion is made that successful digitalization leads to increased competitiveness and business efficiency, but requires organizations to be flexible, innovative and attentive to cybersecurity issues.

Keywords: digitalization of the economy; efficiency of business processes; increasing competitiveness; marketing tools; digital technologies; economic environment.

Эффективность деятельности организации в условиях цифровой трансформации экономики зависит от различных факторов, включающих технологические инновации, стратегическое управление, цифровой маркетинг и адаптацию к новым реалиям. Предприятия должны внедрять новые технологии и цифровые инновации для оптимизации бизнес-процессов, улучшения эффективности и конкурентоспособности. Предприятия должны быть готовы адаптироваться к изменениям в технологической среде, рыночным условиям и требованиям потребителей.

Сегодня все предпринимательские инициативы находятся под постоянным влиянием трансформационных изменений и цифровизации. Предприятия формируют свои виртуальные представительства и строят структуру бренд-сайта с тем условием, чтобы быть адаптированными к новому информационному пространству. Все это формирует современную цифровую экономику, являющуюся движущей силой современного глобального рынка. Эффективность бизнеса в условиях цифровизации в значительной степени зависит от успешной интеграции цифровых маркетинговых стратегий и инструментов. Ниже приведены ключевые маркетинговые аспекты, влияющие на эффективность бизнеса в цифровой экономике [1–4]:

- развитие эффективного цифрового маркетинга, включая контент-маркетинг, поисковую оптимизацию (SEO), рекламу в Интернете и социальные медиа, помогает предприятиям привлекать и удерживать клиентов в онлайн-среде;

- использование аналитики данных позволяет бизнесу персонализировать коммуникации и предложения для разных сегментов аудитории, повышая уровень удовлетворенности клиентов;

- расширение присутствия в электронной торговле и оптимизация для мобильных устройств позволяет предприятиям добиваться большего количества клиентов и улучшать удобство покупок;

- использование инструментов автоматизации позволяет предприятиям эффективно управлять маркетинговыми кампаниями, автоматизировать коммуникации и взаимодействие с клиентами на разных этапах воронки продаж;

- возможность сбора и анализа основных данных, позволяющих изучать клиентов, прогнозировать тенденции развития и адаптировать маркетинговые стратегии для достижения большей эффективности;

- использование интерактивного контента,

позволяющего взаимодействовать с аудиторией и создавать больше глобальных связей;

- повышение активности присутствия в социальных сетях, общение с заинтересованными сторонами позволяют достичь большей известности и сформировать целевую аудиторию;

- использование персонализации предложений, автоматизации процессов и прогнозирования рыночных тенденций;

- формирование информации для точного направления маркетинговых кампаний по конкретным регионам или локациям;

- использование маркетинговых инструментов для мониторинга активных конкурентов и анализа текущих трендов для адаптации стратегий.

Предприятия, которые успешно интегрируют цифровую стратегию и используют передовую маркетинговую практику, могут успешно привлекать новых клиентов, повышая тем самым эффективность бизнеса. А это значит, что цифровая трансформация помогает предприятиям не только внедрять новые технологии, но и учитывать менталитет, методы взаимодействия с клиентами и другие факторы, позволяющие совершенствовать стратегию бизнеса.

Одна из целей работы состоит в определении основных составляющих эффективности бизнеса в условиях цифровизации, места маркетингового комплекса в обеспечении устойчивого развития и конкурентоспособности предпринимательства.

Основными методами, используемыми в работе, являются методы анализа и синтеза для определения основного инструментария бизнеса в условиях цифровизации для обеспечения его стабильности на рынке, методы дедукции и индукции для выявления маркетингового аспекта влияния на процесс становления устойчивой бизнес-системы, метод сравнения для понимания процесса предпринимательской деятельности в условиях цифровизации.

Основными результатами исследования являются следующие аспекты [5–7]:

- сбор, анализ и использование данных обязательны для понимания потребностей клиентов, прогнозирования тенденций рынка и принятия обоснованных решений;

- использование инструментов управления бизнес-процессами позволяет предприятиям повысить производительность и, следовательно, эффективность;

- развитая стратегия цифрового маркетинга, активное взаимодействие в онлайн-среде способ-

ствуют привлечению клиентов;

- компании, внедряющие инновационные технологии и практики, обычно имеют преимущество в конкурентной среде;

- обеспечение безопасности цифровых активов и информации является критически важным элементом эффективного бизнеса в условиях цифровизации;

- развитие цифровых компетенций персонала организации и привлечение талантливых специалистов;

- сотрудничество с другими компаниями, создание стратегических партнерств и участие в цифровых экосистемах.

В общем эффективность бизнеса в условиях цифровизации определяется глубиной и успешностью внедрения цифровых стратегий, а также готовностью адаптироваться к окружающим условиям быстро меняющейся среды и требованиям рынка.

Эффективность бизнеса — это комплексная характеристика, которая показывает, насколько результативно предприятие достигает своих целей. С точки зрения эффективности бизнеса, можно учитывать разнообразные аспекты, которые следует

рассматривать с разных точек зрения, уделяя особое внимание цифровизации и использованию маркетингового инструментария для повышения эффективности предпринимательской деятельности [2–4].

П. Котлер, А.В. Трусов, А.С. Бочкарев, М.Е. Цибарева, В.А. Васяйчева, С. Кемп, И. Андерсон и другие авторы в своих работах исследуют цифровизацию маркетинговой деятельности как элемент развития маркетинговой стратегии для повышения конкурентоспособности и эффективности бизнеса. Т.В. Кокуйцева, Б.М. Гарифуллин, В.В. Зябриков и другие авторы также рассматривают повышение эффективности бизнеса с позиции маркетингового аспекта в тесной взаимосвязи с информатизацией [5–9].

Повышение эффективности бизнеса в условиях цифровизации экономики является важным аспектом для предприятий, использующих цифровые технологии для совершенствования различных бизнес-процессов, в том числе и маркетинговой составляющей. Некоторые аспекты повышения эффективности бизнеса в условиях цифровизации с описанием их характеристик представлены в табл. 1.

Таблица 1. Некоторые аспекты повышения эффективности бизнеса в условиях цифровизации

Элементы повышения эффективности бизнеса	Характеристика
Совершенствование бизнес-процессов	Использование цифровых инструментов для автоматизации и оптимизации внутренних операций, что приводит к повышению эффективности и снижению затрат
Цифровой маркетинг	Цифровой маркетинг для продвижения цифровых стратегий маркетинга, включающий в себя социальные сети, контент-маркетинг, электронную рекламу и другие инструменты для привлечения клиентов
Бизнес-аналитика	Использование исследовательского инструментария для сбора и анализа данных, что позволяет корректировать стратегии, прогнозировать тенденции рынка
Цифровизация финансового менеджмента	Использование цифровых инструментов в управлении финансами, включая электронные системы бухгалтерского учета и финансовый анализ
Электронная торговля и цифровые платежные системы	Расширение онлайн-продаж и создание готовых цифровых платежных систем для удобства клиентов и оптимизации операций
Разработка и внедрение инноваций	Разработка и внедрение новаторских решений и технологических инноваций, которые позволяют предпринимателю удовлетворять растущие потребности клиентов
Цифровая трансформация взаимодействий с клиентами	Наличие интерактивных платформ, чат-ботов, персонализированных услуг для взаимодействия с клиентами и предоставления им большего комфорта и удобства
Обеспечение кибербезопасности	Разработка и внедрение эффективных мер обеспечения кибербезопасности для защиты важной информации и предотвращения киберугроз
Гибкость и адаптация	Возможность быстро реагировать на изменения в бизнес-среде
Повышение компетенции персонала	Повышение компетенций персонала, которые позволяют обеспечить максимальное использование цифровых преобразований

Представленные в табл. 1 аспекты повышения эффективности бизнеса тесно связаны между собой, именно поэтому успешная цифровая трансформация требует интеграции этих компонентов в общую стратегию бизнеса. Способность исполь-

зовать цифровые возможности для улучшения всех аспектов деятельности позволяет предприятиям увеличить их конкурентоспособность, способствовать их устойчивому развитию.

При использовании цифровых технологий в

маркетинговой деятельности можно значительно повысить эффективность и конкурентоспособность бизнеса. То же самое касается цифровизации всех бизнес-процессов, это дает возможность оптимизировать, автоматизировать, совершенствовать бизнес-процессы организации [10–13]. Основная суть цифрового бизнес-процесса заключается в переходе от традиционных, обычных и документальных методов ведения бизнеса к использованию современных цифровых инструментов и технологий.

К значимым характеристикам цифровых бизнес-процессов можно отнести:

- применение автоматизированных инструментов и программ для выполнения рутинных задач, что уменьшает возможность ошибок и повышает скорость выполнения задач;
- объединение различных систем и источников данных для улучшения обмена информацией и обеспечения ее единства и унифицированности;
- замена традиционного оформления документов электронными формами для упрощения обработки и обмена информацией;
- применение аналитических инструментов для получения релевантной информации из больших объемов данных для принятия обоснованных управленческих решений;
- обеспечение возможности использования и управления бизнес-процессами через мобильные устройства;
- сохранность и обработка данных в облачных сервисах для повышения доступности и скорости работы;
- внедрение стратегий, направленных на использование цифровых технологий для достижения конкретных бизнес-целей;
- удаление лишних шагов и оптимизация последовательности действий по облегчению работы и уменьшению времени выполнения задач.

Цифровизация бизнес-процессов позволяет предприятиям стать более гибкими, конкурентоспособными и адаптированными к быстро меняющейся бизнес-среде. Успешная цифровая трансформация может привести к улучшению производительности, снижению затрат и увеличению удовлетворенности клиентов [14–16].

Как отмечалось выше, использование маркетингового инструментария является одним из ключевых элементов для повышения эффективности бизнеса. Он включает в себя широкий спектр стратегий и методов, которые позволяют привлекать клиентов, повышать объемы продаж, формировать сильный бренд. В табл. 2 представлены особенности маркетингового инструментария бизнес-процесса в условиях цифровой экономики.

Использование данных маркетинговых инстру-

ментов помогает предприятиям привлекать, удерживать и развивать клиентскую базу, повышать свой конкурентный потенциал и добиваться стратегических целей.

Таким образом, цифровой маркетинговый инструментарий является неотъемлемой частью стратегии многих современных предприятий, направленной на повышение эффективности бизнеса. Он позволяет привлекать внимание, взаимодействовать с аудиторией и увеличивать продажи. К ключевым компонентам цифрового маркетингового инструментария следует отнести:

- обеспечение привлекательного и функционального веб-сайта, отвечающего потребностям аудитории [16];
- использование ключевых слов и оптимизация контента для улучшения позиций в поисковиках;
- определение платформ, где находится целевая аудитория, и разработка стратегии взаимодействия;
- использование спонсируемых объявлений для привлечения новых клиентов;
- отправка персонализированных и релевантных сообщений аудитории;
- использование инструментов для автоматизации маркетинговых процессов, а также персонализации взаимодействия с клиентами;
- разработка контента, отвечающего спросу в поисковиках;
- использование рекламных кампаний для увеличения видимости и привлечения целевого трафика;
- использование аналитических инструментов для измерения эффективности и изучения поведения пользователей;
- сбор и анализ больших объемов данных для определения трендов и прогнозирования тенденций рынка;
- использование рекламных форм, важных для предприятий, в условиях быстро меняющейся цифровой среды, где потребители получают доступ к информации и товарам;
- использование алгоритмов для адаптации рекламных предложений к индивидуальным потребностям клиентов;
- создание виртуальных пространств для покупок и тестирования продуктов.

Представленные инструменты цифрового маркетинга помогают предприятиям создавать гибкие и эффективные маркетинговые кампании, а также настраивать взаимодействие с клиентами на основе их потребностей и спроса. Использование цифрового маркетинга позволяет предприятиям быть конкурентоспособными и эффективно приспосабливаться к быстро меняющейся бизнес-среде [17].

Таблица 2. Особенности маркетингового инструментария бизнес-процесса в условиях цифровой экономики

Маркетинговый инструментарий	Характеристика
Исследование рынка и аналитика:	
SWOT-анализ	Определение сильных сторон, слабых сторон, возможностей и угроз
Анализ конкурентов	Изучение стратегий и результатов конкурентов для определения конкурентного преимущества
Сегментация и таргетирование:	
Сегментация рынка	Разделение рынка на группы со схожими характеристиками
Таргетирование	Определение конкретных аудиторий для направления маркетинговых усилий
Позиционирование и брэндинг:	
Позиционирование продукта	Создание уникального вида продукта либо сервиса
Брэндинг	Разработка и поддержка сильного бренда, отмечаемого в сознании потребителей
Интернет-маркетинг:	
Социальные сети	Активное присутствие в социальных сетях для привлечения клиентов и взаимодействия с аудиторией
Поисковая оптимизация (SEO)	Оптимизация веб-сайта для повышения его видимости в поисковиках
Электронная коммерция	Развитие и оптимизация онлайн-торговли
<i>email</i> -маркетинг и CRM:	
<i>email</i> -кампании	Использование электронной почты для рассылки предложений, акций и информации для клиентов
CRM-системы	Использование систем управления с клиентами для сохранения и анализа данных
Контент-маркетинг:	
Создание интересного контента	Блоги, видео, инфографика и другие форматы для привлечения и удержания внимания аудитории
SEO-оптимизированный контент	Создание контента, отвечающего спросу в поисковиках
Анализ и оптимизация:	
Измерение KPI	Определение и измерение ключевых характеристик эффективности
A/B тестирование	Сравнение разных версий маркетинговых инструментов для выбора наиболее эффективных
Инновационная деятельность:	
Внедрение новых технологий	Использование инновационных инструментов и технологий для совершенствования маркетинговых стратегий
Маркетинговые кампании и промоакции:	
Рекламные кампании	Создание рекламных кампаний для привлечения новых клиентов
Скидки и акции	Внедрение промоакций для стимулирования продаж

Таким образом, эффективность бизнеса в условиях цифровизации может быть определена через ряд ключевых элементов:

– использование цифровых технологий и ав-

томатизация процессов может привести к повышению производительности работников и оптимизации бизнес-процессов;

– цифровизация позволяет бизнесу быть более

гибким и быстро адаптироваться к изменениям в экономической среде, запросам клиентов и конкурентному давлению;

– цифровые технологии создают уникальные возможности для создания и усовершенствования продуктов и услуг, а также для выведения инноваций на рынок;

– предприятия, эффективно внедряющие цифровые технологии, могут получить преимущество перед конкурентами благодаря уменьшению затрат и улучшению качества обслуживания;

– с внедрением цифровых систем возникает важная задача обеспечения безопасности и защиты конфиденциальной информации. Меры по кибербезопасности становятся важной составляющей эффективного бизнес-управления;

– цифровые инструменты позволяют более

эффективно взаимодействовать с клиентами, персонализировать обслуживание и изучать их потребности;

– с помощью цифровых технологий можно собирать и обрабатывать большие объемы данных, что позволяет принимать более обоснованные стратегические решения посредством анализа данных;

– цифровизация может привести к оптимизации бизнес-процессов, автоматизации задач и, таким образом, к снижению общих затрат на предприятии.

В целом успешная цифровизация приводит к повышению конкурентоспособности и эффективности бизнеса, однако требует от организаций гибкости, инновационного подхода и внимательного отношения к вопросам кибербезопасности.

Литература

- Нагорный Д.А. Процесс цифровой трансформации национальных экономик и его количественное измерение // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 9. С. 206-211.
- Спатарь А., Широкова С.В. Системный подход к оценке эффективности цифровых технологий предприятия // Системный анализ в проектировании и управлении: сб. науч. тр. XXIV Междунар. науч. и учебно-практической конф. (13-14 окт. 2020 г.). СПб., 2020. С 384-394.
- Трусов А.В., Трусов В.А., Бочкарев А.С. Оценка эффективности проектов цифровой трансформации // Вестн. науч. конференций. 2019. № 4-1 (44). С. 106-108.
- Цибарева М.Е., Васяйчева В.А. Оценка эффективности внедрения элементов «умного города» в процессе цифровизации городской среды // Вестн. Самарского ун-та. Экономика и управление. 2020. № 2. С. 83-91.
- Бабкин А.В. Тенденции развития экономики и промышленности в условиях цифровизации: моногр. СПб.: Изд-во Политехнического ун-та, 2017. 658 с.
- Мабиала Ж., Трусевич Е.В., Романюк Е.В., Байракова И.В., Линский Д.В. Социально-экономический базис пространственного развития экосистемы цифровизации экономики // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2023. № 1 (51). С. 43-47.
- Кокуйцева Т.В., Овчинникова О.П. Методические подходы к оценке эффективности цифровой трансформации предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности // Креативная экономика. 2021. Т. 15, № 6. С. 2413-2430.
- Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Креативная экономика. 2018. № 9. С. 1345-1358.
- Колмыкова Т.С., Обухова А.С., Гришаева О.Ю. Оценка экономической эффективности внедрения цифровых технологий сельскохозяйственным предприятием // Вестн. аграрной науки. 2021. № 2 (89). С. 129-136.
- Формирование цифровой экономики в России: проблемы, риски, перспективы. Коллективный науч.-аналитический доклад [Электронный ресурс]. URL: https://inecon.org/docs/2018/Lenchuk_paper_20181220.pdf (дата обращения: 18.03.2024).
- Цифровая Россия: новая реальность [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mckinsey.com/ru/~ /media/mckinsey/locations/europe%20and%20middle%20east/russia/our%20insights/digital%20russia/digital-russia-report.pdf> (дата обращения: 22.03.2024).
- Digital Skills. ICT Training. Eurostat. Ec. europa.eu [Электронный ресурс]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/digitalisation-2024> (дата обращения: 23.03.2024).
- Амелин С.В., Щегина И.В. Экономическое обоснование управленческих решений по повышению конкурентоспособности продукции // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-4 (7-46). С. 913-917.
- Коханова В.С. Аппарат нечеткой логики как инструмент оценки эффективности цифровизации компании // Вестн. университета. 2021. № 2. С. 36-41.
- Любищенко Д.А., Вайсман Е.Д. Методический подход к оценке эффективности цифровых инвестиционных проектов // Экономика. Информатика. 2020. № 4. С. 718-728.
- Наумов И.В., Дубровская Ю.В., Козоногова Е.В. Цифровизация промышленного производства в регионах России: пространственные взаимосвязи // Экономика региона. 2020. № 3. С. 896-910.
- Перевозникова Н.В., Мызникова М.А. Оценка эффективности стратегии цифровой трансформации // Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: материалы V Междунар. науч. конф. (17-18 нояб. 2020 г.). Донецк, 2020. С. 411-414.