

Оцінка результатів виконання маркетингової стратегії має на меті забезпечити глибокий аналіз ефективності маркетингових заходів, та розробити термінові оперативні корективи для подальшого покращення. Цей процес включає ряд ключових завдань, таких як вимірювання результатів, порівняння фактичних досягнень із запланованими показниками, ідентифікацію та оцінку драйверів, обумовили динаміку показників ефективності реалізації маркетингових заходів.

Список використаних джерел

1. Гудзь Ю., Джерелюк Ю., Кравчик Ю. Етапи формування маркетингової стратегії підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 1. С. 197–203.
2. Kilani Y. M. SMART Business Role in Supporting Marketing Strategies among Telecommunication Organizations in Jordan. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*. 2021. Т. 12. № 6. С. 4568–4582.
3. Ус С. А., Коряшкіна Л. С. Моделі й методи прийняття рішень. 2014. М-во освіти науки України, Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. 300 с. URL: <https://economyandsociety.in.ua/public/site/example.pdf> (дата звернення: 12.01.2024).
4. Возненко А. Розробка та імплементація маркетингової стратегії підприємства на зовнішньому ринку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15–16.

Пехтерев О.,

*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,
освітньо-професійна програма*

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»;

Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Цифрові інновації, як стратегічна змінна, яку компанії враховують при конкуренції на конкретному ринку, забезпечують розуміння бізнес-успіху компанії через процес зміни ринкових умов від ідеальної конкуренції до монополістичної конкуренції, від монополістичної конкуренції до олігополії та від олігополії до чистої монополії. Виникає питання про роль цифрових інновацій у сучасних умовах ведення бізнесу та про те, чи представляють вони заміну ціновий конкуренції. Очевидно, що конкурентною перевагою цифрових інновацій є підтримка цінової переваги та фактор створення конкурентних ринкових структур. Сучасні ринкові структури характеризуються конкуренцією за рахунок цифрових інновацій, які доповнюють, а не вступають у протиріччя з класичною ціновою конкуренцією. Цифрові інновації є успішними тільки в тому випадку, коли вони призводять до підвищення продуктивності, зниження витрат

і на цій основі забезпечують таку ж чи більш високу якість за меншу ціну. Оскільки інновації пов'язані з досягненням цінової переваги, їх варто розглядати не як альтернативну стратегію цінової конкуренції, а як доповнюючу діяльність у новій реальності. Крім того, поширеною помилкою є віднесення всіх інноваційних стратегій до стратегій цифрової трансформації.

Цифрові інновації стимулюються декількома соціокультурними тенденціями [1]. Основні тенденції пов'язані зі зниженою чутливістю окремих осіб до захисту даних та ідеєю спільного використання активів. Соціальні медіа стали одним із головних впливів на ділове та особисте життя. Готовність клієнтів надавати свої персональні дані зовнішнім фірмам, які займаються розробкою програмного забезпечення, значно зросла в останні роки. Сьогодні користувачі діляться особистими даними у соціальних мережах; наприклад, користувачі інтенсивно обговорюють особисті теми та публікують особисті дані. Крім того, клієнти, користуючись мобільними додатками, приймають обробку своїх біометричних, медичних та географічних даних, не будучи впевненими в тому, як ці дані захищені від неправильного застосування. Така поведінка користувачів вважається розповсюдженою в силу сформованої довіри, звички або неусвідомленості, тому створює ілюзію конфіденційності персональних даних.

Цифрові інновації ставлять у центр уваги переваги та цінності клієнтів. Нові можливості можна використовувати, підключаючи смарт-пристрої, змінюючи бізнес-системи та/ або використовуючи соціальні тенденції. Смарт-пристрої, підключені через інтернет або через приватні мережі, є органами почуттів та серцями цифрових рішень. Вони дозволяють збирати фізичні дані, які необхідні для надання відповідних цифрових послуг. Дані збираються з багатьох природних та штучних об'єктів та постійно доступні, незалежно від розташування. Цифрові новатори оцінюють та обробляють ці дані, не забуваючи про цінність клієнтів.

Слід відзначити також, що цифровими новаторами стають переважно великі компанії, які є домінуючими гравцями зі сторони пропозиції на конкретному ринку. Великі компанії не можуть розраховувати на випадкову появу нової ідеї, залишати цифрові інновації волю випадку та/ або конкурентам. Підприємства інвестують у дослідження та розробки аж до рівня, поки граничний прибуток не стане нульовим, тобто до вирівнювання граничних доходів та витрат інноваційної діяльності. Звичайно, обсяг інвестицій залежить від поведінки інших компаній. Слід мати на увазі, що компанія, яка інвестує менше в цифрові інновації у довгостроковій перспективі, скоротить частку ринку

Зниження ризику посилення конкуренції може бути досягнута шляхом координації інноваційної діяльності між підприємствами за допомогою створення кооперації або співробітництва.

Отже, цифрові інновації стали ключовим елементом сучасного бізнес-середовища через кілька вагомих причин [2].

Конкурентна диференціація. Цифрові інновації служать для компаній каналом для створення надійної конкурентної переваги. Завдяки стратегічному розгортанню новітніх технологій організації можуть запроваджувати унікальні

продукти та послуги, які виділятимуть їх серед конкурентів, забезпечуючи тим самим грізну позицію на ринку.

Організаційна ефективність: однією з істотних переваг цифрових інновацій є підвищення організаційної ефективності. Організації можуть значно скоротити час і ресурси, які зазвичай потрібні, замінивши традиційні процеси автоматизованими робочими процесами та цифровими інструментами, тим самим підвищивши продуктивність.

Розширене залучення клієнтів: цифрові інновації відіграють ключову роль у збагаченні клієнтського досвіду. Складні інструменти, такі як чат-боти на основі штучного інтелекту, налаштовані маркетингові ініціативи та інтуїтивно зрозумілі мобільні програми сприяють більш інтерактивному та персоналізованому взаємодії з клієнтами. Це не тільки підвищує задоволеність клієнтів, але й сприяє лояльності.

Стратегічне планування на основі даних: поява цифрових інновацій знайомить підприємства з потужністю аналізу даних. Використовуючи цю можливість, організації можуть приймати стратегічні рішення на основі аналізу даних у режимі реального часу, підвищуючи ефективність бізнесу та точність прогнозів.

Культура інновацій. Цифрові інновації сприяють розвитку культури постійного вдосконалення та інновацій в організації. Це заохочує співробітників мислити нестандартно, експериментувати з новими ідеями та сприймати зміни, тим самим стимулюючи інновації на всіх рівнях організації.

Трансформація бізнес-моделі: компанії можуть революціонізувати та змінити структуру свого бізнесу за допомогою цифрових інновацій. Використання цифрових технологій дозволяє створювати нові шляхи отримання прибутку, покращувати надання послуг і переглядати унікальну торгову пропозицію.

Список використаних джерел

1. Gellweiler C., Krishnamurthi L. Editorial: How Digital Innovators Achieve Customer Value. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 2020. Vol. 15. No. 1. P. I-VIII.

2. Digital Innovation. URL: <https://www.walkme.com/glossary/digitization/>