

СЕКЦІЯ «ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ ТА ЕКОНОМІЦІ»

УДК 004.9:65:330.3

Морозов Д.М.

канд. техн. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ЕКОНОМІЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПЕРЕВАГИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Цифрова трансформація бізнес-процесів є одним із ключових факторів, що визначають успіх компаній у сучасній економіці. Вона дозволяє оптимізувати внутрішні процеси, скоротити витрати та підвищити якість взаємодії з клієнтами. Однак успішна реалізація такого переходу вимагає не лише фінансових інвестицій, але й глибокого розуміння специфіки бізнесу та потреб його цільової аудиторії. У цьому контексті важливим є аналіз кейсів успішної цифрової трансформації, які демонструють практичні переваги впровадження цифрових технологій.

Одним із найбільш очевидних економічних переваг цифрової трансформації є скорочення часу на виконання рутинних задач. Наприклад, автоматизація процесів маркетингу дозволяє вивільнити час співробітників для вирішення більш складних та стратегічно важливих завдань. У компанії YBS International LLC впровадження MRM-системи дозволило не лише оптимізувати процеси проведення email-розсилок, але й значно підвищити їхню ефективність. Порівняння результатів показало, що використання комплексного підходу до комунікацій призводить до кращих показників конверсії та зростання продажів. Такий досвід підтверджує, що інвестування в цифрові інструменти є економічно виправданим рішенням.

Крім того, цифрова трансформація дозволяє компаніям підвищити прозорість та структурованість бізнес-процесів. Наприклад, впровадження системи HubSpot в регіональному маркетинговому департаменті однієї з компаній дозволило створити єдину платформу для управління контактами, новинами та маркетинговими кампаніями. Це не лише спростило комунікації всередині команди, але й покращило якість роботи з клієнтами. У довгостроковій перспективі такі зміни призводять до зростання лояльності клієнтів та підвищення репутації бренду.

Важливим аспектом цифрової трансформації є також її вплив на розвиток інновацій. Використання технологій штучного інтелекту, машинного навчання та віртуальної реальності відкриває нові можливості для створення унікальних продуктів та послуг. Наприклад, впровадження ІІ для аналізу даних у VAG дозволило компанії оптимізувати рекламні кампанії та збільшити продажі певних моделей автомобілів. Такий підхід демонструє,

як інноваційні технології можуть стати драйвером зростання для компаній різних галузей.

Проте успішна цифрова трансформація вимагає не лише технічних рішень, але й грамотного планування та управління проектами. Методологія Agile, яка часто використовується у проектах з розробки програмного забезпечення, є одним із ефективних підходів до управління процесами цифрової трансформації. Вона дозволяє гнучко адаптуватися до змін та швидко вносити корективи у проект, що є особливо важливим у швидкоплинному цифровому середовищі.

Отже, цифрова трансформація бізнес-процесів є потужним інструментом для підвищення ефективності та конкурентоспроможності компаній. Вона дозволяє оптимізувати внутрішні процеси, скоротити витрати та покращити взаємодію з клієнтами. Однак для досягнення цих результатів необхідно враховувати специфіку бізнесу, впроваджувати інноваційні технології та забезпечувати постійний розвиток персоналу. Успішні кейси, такі як «ARX Страхування» та AllSoft, демонструють, що правильний підхід до цифрової трансформації може принести значні переваги для компаній у будь-якій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Golodybaev, D. I. (2023). Evolution of digital marketing and its role in business management. *Practical Marketing* , № 4(310), pp. 36-41.
2. Kolesnik, T. V. (2020). Marketing communication strategies in agricultural business management. *Annali d'Italia* , № 10-4, pp. 25-35.
3. Pushkareva, D. A., & Murat, E. P. (2016). Automation of marketing business processes of a company. In: *Economic Strategy in New Realities: Mechanisms, Tools, Technologies* (pp. 425-428).
4. Tran, H. H. (2023). Marketing information system using RPA technology. In: *Intelligent Engineering Economy and Industry 5.0 (INPROM). Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference* (pp. 609-613).
5. Ovchinnikova, O. P., & Kharlamov, M. M. (2021). Managing company business processes during digital transformation..
6. Parhimenko, V. A., Savchik, O. A., Vernyakhovskaya, V. V. (2020). Digital transformation in marketing activities: From automation to algorithmic marketing. In: *Sixth International Scientific and Practical Conference "BIG DATA and Advanced Analytics"* (pp. 303-318).