

СИСТЕМА SMM-МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Баскаков Денис Віталійович, аспірант
ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»
ХНУ ім. В.Н.Каразіна, м. Харків, Україна
ORCID ID 0009-0004-8657-9355
denbassk@gmail.com

Науковий керівник: Андрющенко О.Б., канд.наук держ.упр., доц.
ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»
ХНУ ім. В.Н.Каразіна, м. Харків, Україна
ORCID ID 0000-0002-1929-7073
helan17@ukr.net

Цифрові технології здійснюють революційний вплив на принципи та методи ведення бізнесу в сучасному світі, докорінно змінюючи усталені бізнес-моделі та створюючи нові можливості для розвитку. В епоху тотальної діджиталізації соціальні мережі пройшли значну еволюцію - від простого інструменту спілкування вони перетворилися на потужну багатофункціональну бізнес-платформу. Ця трансформація відкрила для компаній безпрецедентні можливості оптимізації всіх аспектів діяльності, охоплюючи широкий спектр бізнес-процесів: від удосконалення систем продажу та маркетингових стратегій до формування корпоративної культури та внутрішніх комунікацій.

За даними дослідження Deloitte, 93,8% підприємств впроваджують соціальні медіа у свої бізнес-процеси, причому 77% малого та середнього бізнесу використовують їх як основний канал комунікації з клієнтами [1]. Інвестиції в соціальні медіа дають змогу збільшити доходи в чотири рази [2]. Сучасне бачення екосистеми діджитал-трансформації представлено на рис.1.

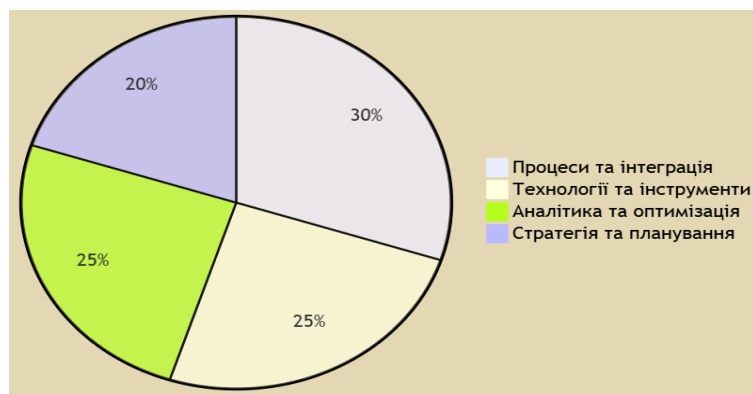


Рисунок 1 - Екосистема діджитал-трансформації через SMM

SMM-маркетинг в умовах цифрової трансформації є комплексною системою управління взаємодією з клієнтами, що не лише забезпечує ефективну комунікацію, а й органічно інтегрується з ключовими бізнес-процесами підприємства, формуючи єдиний інформаційний простір для взаємодії з цільовою аудиторією.

Модель впровадження SMM-системи базується на п'ятирівневій структурі цифрової зрілості (рис. 2). Така структура дає змогу поетапно трансформувати традиційні бізнес-процеси в цифровий формат і забезпечує послідовний розвиток діджитал-компетенцій організації.

Рівень зрілості	Характеристики	ROI
Базовий	• Присутність у соціальних мережах • Базова аналітика • Несистемні публікації	5-15%
Тактичний	• Планування контенту • Інтеграція з CRM • Автоматизація процесів	15-30%
Стратегічний	• Омніканальна стратегія • AI-аналітика • Персоналізація	30-50%
Трансформаційний	• Повна інтеграція • Предиктивна аналітика • Соціальна комерція	50-100%
Оптимізований	• Цифрова екосистема • Персоналізація в реальному часі • Інноваційні бізнес-моделі	>100%

Рисунок 2 - Матриця зрілості SMM-трансформації

Ефективність процесу цифрової трансформації підлягає кількісній оцінці за допомогою спеціального фінансового показника ROI SMM (Return On Investment, коефіцієнт повернення вкладених інвестицій), який дозволяє оцінити економічну доцільність впровадження SMM-стратегій:

$$[(R - C) / C] \times 100\%,$$

де R — сукупний дохід від впровадження SMM-інструментів, який включає як прямі фінансові надходження від реалізації продукції та послуг, так і непрямі вигоди у вигляді підвищення впізнаваності бренду та лояльності клієнтів; C — загальні інвестиції в SMM-інфраструктуру, що охоплюють витрати на технічне забезпечення, навчання та утримання персоналу, створення та просування контенту, а також супутні операційні витрати.

Згідно з масштабним дослідженням консалтингової компанії McKinsey, успішна імплементація стратегії цифрової трансформації через соціальні медіа демонструє наступні позитивні ефекти для бізнесу:

- суттєве підвищення продуктивності праці персоналу на рівні 40% завдяки оптимізації робочих процесів;
- значне зростання показників рентабельності бізнесу на 30% через оптимізацію витрат та підвищення ефективності;
- прискорення темпів зростання доходів підприємства на 50% порівняно з традиційними методами ведення бізнесу [3].

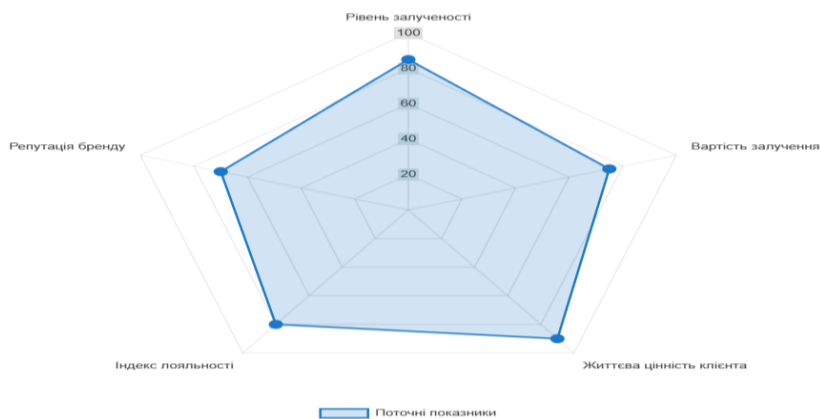


Рисунок 3 - Ключові метрики ефективності SMM

Для комплексної оцінки ефективності діджитал-трансформації через SMM необхідно відстежувати п'ять ключових напрямків метрик: фінансові показники, клієнтський досвід,

операційну діяльність, інноваційний розвиток та цифрову культуру. Взаємозв'язок цих метрик, представлений на рис. 3, показує комплексний вплив успішної SMM-стратегії на всі аспекти бізнес-процесів підприємства.

Отже, діджитал-трансформація через впровадження SMM-системи є визначальним фактором конкурентоспроможності сучасних підприємств. Успішна інтеграція потребує системного підходу та послідовного проходження всіх рівнів цифрової зрілості. Ключовими факторами успіху виступають чітка стратегія, крос-функціональна інтеграція та розвиток цифрових компетенцій.

Економічний ефект від впровадження SMM-системи виявляється через:

- зниження витрат на залучення клієнтів (-25–35%);
- підвищення конверсії (+15–20%);
- зростання пожиттєвої цінності клієнтів (lifetime value) (+30–40%);
- оптимізацію операційних процесів (-15–25%).

Література:

1. Mapping Digital Transformation Value: The Metrics that Matter. T. Smith, S.P. Philbin Deloitte Insights. 2024. Режим доступу: <https://www.deloitte.com/global/en/issues/digital/measurements-that-matter-for-calculation-digital-transformation-roi>.
2. Emplifi. How to Measure Social Media ROI: A Complete Guide. Режим доступу: <https://emplifi.io/resources/blog/how-to-measure-social-media-roi>.
3. Businessmap. 16 Digital Transformation Statistics You Can't Ignore in 2023. 2023. Режим доступу: <https://businessmap.io/blog/digital-transformation-statistics>.

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ІТ-СЕКТОРУ МЕТОДАМИ DATA SCIENCE

Гур'янова Лідія, д.е.н., проф.

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-2009-1451>

e-mail: guryanovalidiya@gmail.com

Стешенко Анастасія, магістр

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

e-mail: steshenko26062002@ukr.net

Дун Мін (Dong Min), магістр

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

e-mail: dongmin199609@163.com

ІТ-сектор грає все більш значущу роль в українській економіці та національній економіці інших країн світу. Зокрема, незважаючи на складні обставини, український ІТ-сектор демонструє достатньо стійкі темпи зростання, нарощує свою питому вагу в показниках експортної діяльності країни (рис.1).

Українські компанії мають високу міжнародну репутацію, мають представленість в індексі S&P 500. Водночас слід зазначити, що динаміка прибутковості діяльності компаній ІТ-сектору не є стійкою. Найбільш високі темпи зростання галузь демонструвала під час дії пандемічного «шоку», який призвів до необхідності трансформації бізнес-процесів великої кількості компаній, розвитку хмарних технологій та ін. Тому цікавим науково-дослідним завданням є оцінка інвестиційної привабливості ІТ-сектору в постпандемічний період, яка дозволяє визначити ступінь його адаптації до нових умов.