

ЦИФРОВИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ СИСТЕМ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА

А. С. Кучаров

Доктор экономических наук, профессор кафедры “Управление бизнесом” Ташкентского государственного экономического университета

Н.Г.Акбаров

Кандидат экономических наук, доцент кафедры “Маркетинг” Ташкентского государственного экономического университета

С.Б.Салиханова

Магистр Ташкентского государственного экономического университета

Аннотация: Данная статья посвящена выявлению роли и повышению качества предоставляющих маркетинговых услуг в среде цифровой экономики в результате исследований цифровой трансформации. А так же представлены предложения, которые могут помочь повысить качества оказываемых услуг во всех отраслях экономики в частности предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: цифровая экономика, оценка эффективности, менеджер цифровой экономики, цифровые технологии, ИТ Технологии, цифровизация, интернет-шоппинг, онлайн-обучение, электронный бизнес, электронная коммерция.

Введение. На сегодняшний день цифровое пространство стало важнейшим элементом современного мира, особенно в малом бизнесе. Применение новых разработок с точки зрения производительности труда способствует повышению скорости работы и ее упрощению, возможность решать более масштабные задачи, индивидуализировать сервис с учетом предпочтение клиента, с точки зрения маркетинга -привлекать больше клиентов , так как количество пользователей цифровым и технологиями в мире составляет в среднем 70% и это число увеличивается с каждым годом особенно это заметно в малом бизнесе, также жители более развитых стран отдают предпочтение именно онлайн-покупкам, для сравнение можем увидеть результаты 2020 года.

Анализ литературы. В связи с необходимостью перехода к цифровой экономике все субъекты социально-экономической системы, стремясь к стабильности в новых экономических условиях, вынуждены проходить процесс цифровой трансформации.

Цифровизация процессов актуальна не только на уровне отдельных предприятий и компаний: целые отрасли выбирают этот путь развития как единственное для себя направление. Это требует изучения проблем цифровой трансформации с точки зрения социально-экономической структуры и системного подхода ко всем сферам общественной жизни.

Некоторые известные профессора прокомментировали характеристики цифровой трансформации, например, Тим Герглотц (2019) определил цифровую трансформацию как путь стратегически спланированных организационных инициатив, направленных на доминирование или сохранение актуальности на конкурентном рынке за счет использования новых технологий.

По определению Тима Чилверса (2017), цифровая трансформация — это не просто внедрение новых технологий; Речь идет о фундаментальном изменении вашего подхода к работе во всех аспектах вашего бизнеса. Чтобы организация действительно изменилась, ее сотрудники должны стать ключевой частью этих изменений.

Ди Шан и Хуэйфэн Шао считают, что производственные предприятия должны стремиться повышать уровень цифровой трансформации и в то же время в полной мере использовать возможности цифровых технологий для стимулирования интенсивного производства и управления с целью сокращения издержек предприятия и внутренних потерь эффективности. Например, производственные компании могут сформировать долгосрочную и динамичную стратегию цифровой трансформации. Руководители предприятий могут продвигать политику и меры стимулирования для повышения уровня цифровой трансформации производственных предприятий. В то же время местным органам власти важно поддерживать малые и средние предприятия в их цифровой трансформации, чтобы содействовать инклюзивной и совместной цифровой экономике и промышленной экологии для крупных, средних и малых предприятий.

Марош Кривой (2023) приходит к выводу, что, представляя Интернет и рынок как сложные самоорганизующиеся процессы, приоритетной задачей является снижение возможности адаптации и трудностей в нашем ошибочном цифровом капитализме.

Методология исследования

В ходе исследования в целях изучения совершенствования управления инфраструктурой предприятий нефтегазового комплекса Республики Узбекистан, производства готовой продукции с высокой добавленной стоимостью за счет внедрения и модернизации новых технологий использовались наблюдение, индукция и дедукция, динамические ряды, экономико-статистический анализ и синтез, статистическая группировка, монографическое исследование, системный анализ, сравнение и другие методы проведения научно-исследовательской деятельности.

Анализ и результаты

В результате нашего исследования важно определить цифровые технологии как процесс интеграции цифровых технологий ко всем аспектам компании, технологий, культуры, операций и услуг как процесс, который требует радикальных изменений. Компании, чтобы максимально использовать новые технологии и быстрое введение их во всех секторах их деятельности, должны отказаться от старых взглядов и изменить процессы и рабочие модели. Цифровое преобразование требует точности информационных центров центров обработки данных, которые необходимо выплатить на справедливую справедливость компаний и ее поддержку. Этот процесс также означает постепенно отменять устаревшую технологию, в противном случае последствия могут быть дорогостоящими.

Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются компании в случае цифровой трансформации, является боковой линии этого технологического изменения. Знание новейших инноваций и тенденций может быть очень сложной задачей для малого бизнеса, особенно ресурсов. Это также может привести к неправильным представлениям в замешательстве и реализации.

Несмотря на эти трудности, есть много успехов, когда дело доходит до цифровой трансформации. Компании, которые использовали цифровые технологии и соответственно адаптировали бизнес -модели, достигли полезных результатов в своей деятельности, а также в полезных результатах, а также для удовлетворения потребностей клиентов и повышения точностью. Например, компании, которые внедрили стратегии цифрового маркетинга, имеют возможность охватить новые классные комнаты и более эффективно общаться с клиентами, в то время как те, кто пронумеровал операции цепочки поставок, управляли для повышения эффективности и снижения расходов.

Чтобы добиться успешной трансформации, компании должны сначала понять свои цели и задачи. Это означает выявление областей бизнеса, которые могут принести пользу этим цифровым технологиям, а также понимать уникальные трудности и возможности, которые предоставляют эти технологии. Таким образом, компании могут разработать дорожную карту для реализации, включая определение необходимых ресурсов и потенциалов и четкие конкретные показатели для успеха.

Другим важным фактором успешной цифровой трансформации является обращение внимания на сотрудничество и общение. Это означает привлечение заинтересованных сторон в процессе событий и изменений от сотрудников и клиентов к поставщикам и партнерам. Увеличивая культуру сотрудничества и коммуникации, компании могут обеспечить все те же цели и обеспечить анализ и поддержку изменений.

Конечно, одним из аспектов, связанных с цифровым преобразованием, является особенно безопасная безопасность и конфиденциальность. Желательно обеспечить наличие сильных систем и процессов для защиты секретной информации, а также соблюдения соответствующих правил и стандартов. Кроме того, компании должны быть готовы адаптировать и разрабатывать свои собственные стратегии в ответ на изменение рыночных условий и потребностей клиентов.

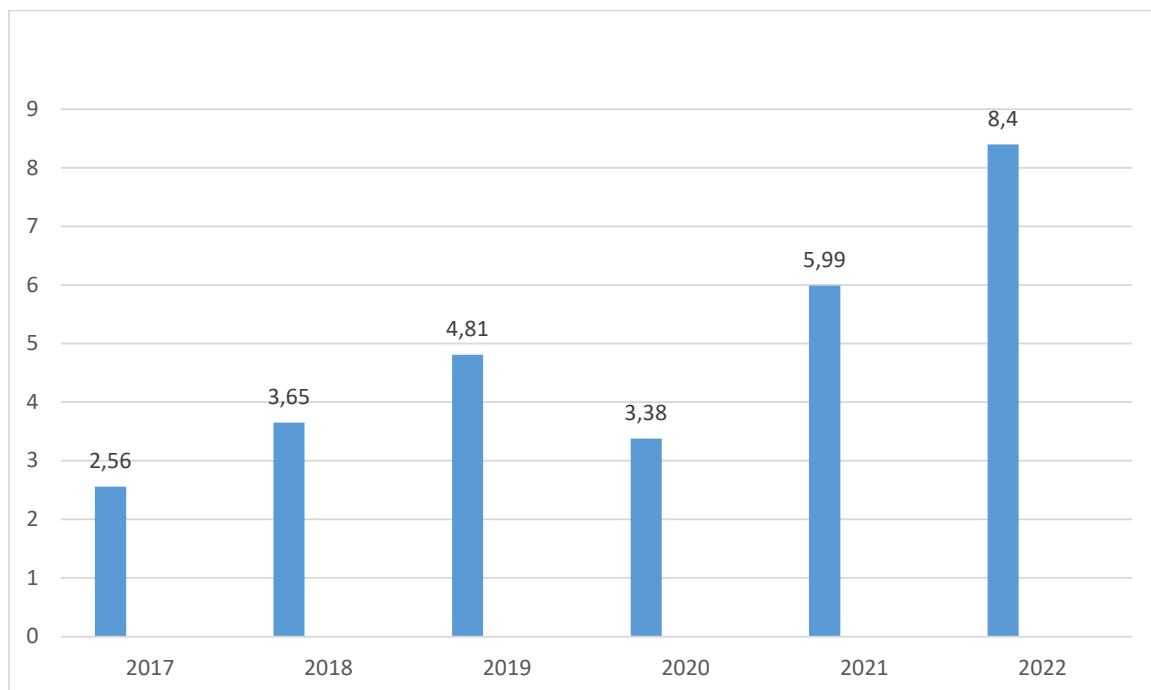
В сегодняшнем быстро меняющемся бизнес -ландшафте организации должны получить цифровое преобразование, чтобы оставаться впереди конкуренции. Цифровая трансформация - это процесс интеграции цифровых технологий в каждый бизнес, который радикально трансформирует, как работать и давать клиентам. Значение цифрового преобразования заключается в том, что она будет повысить эффективность работы, увеличить доходы и улучшить качество обслуживания клиентов.

Цифровая трансформация становится все больше и больше бизнес -модели технологий из -за бизнес -моделей технологий. Существует риск того, что организации, которые не принимают цифровые преобразования с ростом

цифровых технологий, таких как облачный расчет и рост Интернета в Интернете. Кроме того, цифровое преобразование помогает компаниям лучше понять своих клиентов и реагировать на их потребности в сегодняшних клиентах.

Одним из примеров компании, успешно принятой цифровым преобразованием, является Microsoft. В 2014 году генеральный директор Microsoft Satya Nadella объявил о больших изменениях в стратегии компании. Это имеет большие инвестиции в разработку новых услуг на основе Cloud Technologies, таких как Office 365 и Azure. Внимание компании к Cloudy Technologies окупилось, Microsoft теперь стала вторым по величине облачным поставщиком в мире после Amazon Web Services. Например, в Великобритании 83 % пользователей использовали интернет для заказа товаров и услуг. Этот показатель немножко было низко в Швеции (78%) и Германии(77%), но дистанционное обучение не было популярным так как в США и Республике Корея онлайн-образованием занимаются 20% интернет-пользователей, в Швеции 18% , Финляндии -17%. Ещё один важный аспект внедрение цифровых технологии, упрощающие процесс покупки билетов, выбора отеля –возможность сделать это дистанционно.

Цифровое преобразование также может помочь компаниям создать новые бизнес -модели и потоки доходов. Например, Airbnb предложил туристам и предложил гостиничную индустрию, предлагая платформу аренды для путешественников. Это создало новый рынок для краткосрочной арендной платы и принудительных традиционных отелей для пересмотра бизнес-моделей. Доход Airbnb растет из года в год, мы можем увидеть темпы роста дохода компании с 2017 по 2022 год в следующих группах:



1,3-диаграмма. Доход дохода Airbnb лет.

В общей сложности в мире общий доход Airbnb достиг 8,4 миллиарда долларов США. Это увеличилось в прошлом году по сравнению с 5,99

миллиардами долларов. В 2020 году снижение доходов может быть связано с пандемией Coveravirus (Covid-19), что привело к нарушению поездок по всему миру. Северная Америка, созданная в распределении доходов Airbnb регионами, принесла максимальную прибыль в 2022 году.

Airbnb - это онлайн -сервис, который позволяет людям арендовать свои дома проживания путешественникам. Среди основных технологий, используемых Airbnb, веб -разработка, мобильных приложений, платежных систем и крупной обработки данных.

Airbnb начался в 2008 году как небольшой стартап, но теперь стал международной сервисной корпорацией по всему миру. Цифровая бизнес - модель Airbnb включает в себя несколько основных компонентов:

Платформа связи между домовладельцами и арендаторами. Airbnb предоставляет удобный интерфейс, чтобы зарегистрировать свой список и установить цены. Арендаторы, в свою очередь, могут просматривать существующие варианты, связываться с домовладельцами и повторно посещать жилье.

Система оплаты и обработки данных. Airbnb будет обрабатывать миллионы транзакций каждый день, поэтому компания имеет высокую систему обработки эффективности и хранения данных. Все сборы взимаются через ARBNB, который обеспечивает безопасность транзакций для всех сторон.

Обратная связь и рейтинги. Airbnb позволяет арендодателям и арендаторам оценивать друг друга после каждого жилья, что помогает улучшить друг друга после каждого жилья и обеспечивать высокий уровень доверия между всеми сторонами.

Маркетинг и реклама. Airbnb активно использует каналы цифрового маркетинга для привлечения новых пользователей и повышения узнаваемости бренда. Компания использует социальные сети, блоги и другие цифровые каналы для общения с клиентами и предоставления информации о новых предложениях.

Airbnb обеспечивает максимальную прозрачность услуг и поощряет диалог между гостями и хозяевами. Эта компания создала цифровую бизнес -модель, которая позволяет людям арендовать свои дома или квартиры в течение короткого периода времени, и путешественникам разрешается найти в любой точке и удобное жилье. Коллекция Assommendation проводится через онлайн - платформу, которая включает подробную информацию о рекомендациях каждой арендованной недвижимости, фотографий, комментариев и других гостей. Airbnb также помогает гостям и хозяевам в процессе заказа и пребывания.

Одним из основных компонентов цифровой бизнес -модели является ее платформа, которая эффективно соединяет хозяев и гостей. Airbnb использует технологии мобильных приложений, онлайн -базы данных и алгоритмы обучения для адаптации к запросам гостей. Компания также использует технологии для гостей для создания личных рекомендаций на основе их преимуществ и изгибов.

Другая важная часть цифровой бизнес -модели Airbnb - обеспечить безопасность и доверие между этими гостями и хозяевами. Компания использует такие технологии, как подтверждение, фотографии и другие гости, чтобы

убедиться, что каждая арендная плата является безопасной и надежной. Эти гости позволяют гостям почувствовать доверие к выбору жилья, и владельцы следят за тем, чтобы они в безопасности.

Airbnb также создает ценность для своих клиентов, предоставляя дополнительные услуги, такие как путешествия, культурные мероприятия и рекомендации ресторана. Компания использует преимущества своих клиентов и использует технологии ИИ и анализ данных, чтобы определить, какие дополнительные услуги могут вызвать для них больший интерес.

Положительные стороны удаленного доступа к ресурсам- удобство, приобретение туристской услуги, сервисе и бизнесе, не выходя из дома, что позволяет дополнить целевую аудиторию географически удаленным от офиса фирмы клиентами, или клиентами, которые по определённым причинам не могут лично прийти в офис. При этом возникает вопрос, а что само слово цифровая экономика значит? Это слово означает электронную экономику и экономическую деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами.

Цифровая экономика стала для нашего государства основным и необходимым элементом в становлении экономики. В процессе развития цифровой экономики в Узбекистане были проведены ряд действий и самым важным из них является Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства» от 28 апреля 2020 года. Документом предусмотрено ускоренное формирование цифровой экономики с 161 увеличением её доли в валовом внутреннем продукте страны к 2023 году в два раза.

Министерство по развитию информационных технологий и коммуникаций определено уполномоченным органом в сфере развития цифровой экономики и электронного правительства. За Национальным агентством проектного управления при президенте сохраняют полномочия по внедрению крипто активов и технологии блокчейн.

В структуре центрального аппарата министерства вводится должность заместителя министра, ответственного за вопросы ускоренной цифровизации малого и частного предпринимательство, услуг, аграрных сфер, внедрения современных информационных систем и программных продуктов в отрасли сельского хозяйства и продовольственной безопасности. Таким образом, Узбекистан идёт к поставленной цели достижения повышения уровня цифровой экономики, хотя для этого существует несколько этапов развития которых можно видеть в следующей схеме. Как видно, по схеме современная экономика проходит 4 этапа. Рассмотрим роль цифровой экономики в сфере маркетинга и методы повышения качества маркетинговых услуг. Для начала, необходимо уточнить что же является цифровизация маркетинга.

Цифровой маркетинг – это общий термин, используемый для обозначения маркетингового и интерактивного маркетинга товаров и услуг, использующего цифровые технологии для привлечения потенциальных клиентов и удержания их

в качестве потребителей. Одним из главных преимуществ этой отрасли это продвижение брендов с использованием цифровой коммуникации, что эволюция форм совершенствования факторов производства и выпускаемых изделий 1 этап Аналоговая экономика 2 этап Эволюция комплексная автоматизация , новые виды энергетики , технология изготовления новых материалов биотехнология Аналоговая экономика 3 этап Изобретение современных компьютеров и появление интернета Интернет-экономика 4 этап Комплексное использование цифровых технологии на системном уровне Цифровая экономика 162 обеспечивает большой охват аудитории. Но при этом этот тип маркетинга даёт возможность донесения маркетингового сообщения за меньший период времени, не смотря на то что это может охватить большое количество заинтересованных лиц. Более того цифровой маркетинг сокращает расходы по сравнению с традиционными компаниями. Мы можем рассмотреть еще долгий ряд таких преимуществ цифрового маркетинга, так как это может быть чрезвычайно полезным для страны и для её экономического роста применение любых мер для совершенствования методов привлечь других работать и использовать цифровую маркетинга считается главной целью сегодняшних экономистов. Чтобы достичь этого предусматривается несколько методов.

Первым делом маркетолог должен установить коммуникацию с потребителем в цифровых обстоятельствах. Во-вторых, профессиональный сотрудник маркетинговых дел должен привыкать новым условиям работы в сфере интернета или ж других цифровых устройств для сбора, обработки и анализа маркетинговых информации.

Последняя это организовать маркетинговых мероприятий, но в отличии от традиционных методов в сфере цифрового экономики теперь они должны автоматизировать планирование и реализация этих мероприятий. Как сказал Билл Гейтс «Если ваша организация не существует в интернете, то его в общем не существует!» Отсюда можно сделать вывод, что на сегодняшний день правила не изменились, то есть если государство не пользуется средой цифровой экономики, то его роль и место в обществе малозначимо и нет её существования в государстве!

Цифровое преобразование должно быть непрерывно, которое будет возглавлять цифровые изменения, а внешняя и внутренняя среда компании должна основываться на тщательном анализе. Независимо от активного распределения современных цифровых тенденций, технологиям не разрешается выбирать активные распределения современных цифровых тенденций. В то же время, какой из цифровых продуктов будет иметь долгосрочное влияние и характеристики внутренней системы окружающей среды и управления, которые они являются краткосрочными тенденциями. Кроме того, важно определить порядок внедрения информационных технологий в систему управления компании, поскольку, как правило, это предусматривает постепенное внедрение информационных технологий в различных функциональных отраслях.

Алгоритм цифрового преобразования является систематизированным и заданным шагом, необходимыми для успешной реализации процесса цифрового

преобразования в организации. Цифровая трансформация означает использование цифровых технологий и стратегий для улучшения и улучшения способности адаптироваться к эффективности, конкурентоспособности компании и быстрого цифровой среды. Алгоритм цифровой трансформации, основанный на бизнес -моделях, не только помогает компаниям адаптироваться к цифровому миру, но и помогает инновациям и развитию, которые могут привести к устойчивому успеху в будущем.

Выводы и предложения

Концепция цифровых бизнес-моделей обусловлена необходимостью использования цифровых технологий для адаптации к быстро меняющимся рыночным требованиям и созданию новых бизнес-возможностей. Цифровые технологии позволяют компаниям создавать новые продукты и услуги, повысить эффективность, повысить прибыльность и создавать новые источники дохода.

Создание цифровых бизнес -моделей включает в себя несколько этапов:

Анализ текущего состояния предприятия. На этом этапе компания должна определить свою текущую бизнес -модель и определить возможности улучшения своей текущей бизнес -модели. Это включает анализ рынка, конкурентов, клиентов, производственных процессов и бизнес -моделей.

Цифровое определение возможностей. На этом этапе компания должна определить, какие цифровые технологии можно использовать для улучшения бизнес -модели. Он включает в себя технологии IoT, ИИ, автомобиль, облачный, облачный расчет и другие.

Разработка новых бизнес -моделей. На этом этапе компания должна разработать новые цифровые бизнес -модели, которые используют цифровые технологии для повышения эффективности, создания новых продуктов и услуг, увеличения дохода и создания новых источников дохода.

Тест и оптимизация. После разработки новых бизнес -моделей компания должна проверить и оптимизировать новую производительность модели и реализовать необходимые изменения.

Последовательность интеграции цифровых технологий определяется следующими факторами:

- потребности целевого потребителя потребителя и сосредоточены на стратегических направлениях развития компании;
- важность деятельности компании с учетом последствий конкурентоспособности, индустриализации;
- экономическая эффективность;
- способность интегрировать компанию с существующими информационными продуктами.

Алгоритм цифрового преобразования на основе бизнес -режимов - это этапы и шаги, установленные для успешной передачи цифровой экосистемы. Этот алгоритм поможет организациям адаптироваться к организациям для адаптации своих бизнес -моделей и процесса, чтобы оставаться конкурентоспособными в изменяющемся цифровом мире.

Литература

1. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан» от 3 июля 2018 года № ПП-3832.

2. Журнал «Проблемы современной экономики» 3. articlekz.com 4. <http://lex.uz>

3. Ambrose, S., Bridges, M., Lovett, M., DiPietro, M., & Norman, M (2010). How Learning Works: 7 Research – Based Principles for Smart Teaching. San Francisco: Jossey-Bass.

4. Kucharov A.S., Kamalova E.A., Ishmanova D.N.K., Ishmukhamedov B.Z. State regulation of competitive relations (2021) New Institutions for Socio-Economic Development: The Change of Paradigm from Rationality and Stability to Responsibility and Dynamism, pp. 63-67. 10) <https://www.scopus.com/inward/record>

5. Цифровая экономика: новая архитектура бизнеса и трансформация компетенций: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (8 декабря 2023 г.): науч. электрон. Изд. С 726-729. Цифровая трансформация высших учебных заведений А.С. Кучаров, А.А. Абдурахманов, Н.Н. Набиева.