

ІРИНА КОВШОВА,

докторка економічних наук, професорка, професорка кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія»

ДМИТРО ШЕДЬКО,

здобувач доктора філософії у сфері економіки кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія»

IRYNA KOVSHOVA,

*Professor, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Marketing and Business Management, National University of Kyiv-Mohyla Academy
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-9013-0180>*

DMITRO SHEDKO,

Doctor of Philosophy in Economics department of marketing and business management National University «Kyiv-Mohyla Academy»

ОСОБЛИВОСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

PACULIARITIES OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGICAL SOLUTIONS IN CONDITIONS OF CONTEMPORARY CHALLENGES

These theses have justified that innovations and technologies have a strong effect on activities of state officials changing their functions, transforming the environment and modifying their goals and tasks. The author has defined the peculiarities of innovative technological solutions and developed the process of implementing MarTech tools into state officials' activity. The implementation process consists of 6 main stages: understanding of a need in innovative technological solutions; searching for information on MarTech tools; comparing sets of functions and various alternatives; testing a free version (demoverion); verification of compliance with goals and tasks of the company; implementation of innovative technological solutions. Modern innovative technological solutions have been conditionally divided by state officials' functions: control of social media, marketing resources, partner relationships, content generation systems, data analysis, data and digital assets management, technological solutions automation. It was established that a choice of innovative technological solutions is an important stage in creation of effective MarTech system of the State Service of Ukraine.

Keywords: innovative technological solutions, state officials, MarTech, MarTech tools, implementation.

Інновації та технології здійснюють активний вплив на розвиток діяльності державних службовців, змінюючи сфери, трансформуючи середовище і модифікуючи цілі та задачі. В епоху тотальної діджиталізації, дедалі активніше зростає кількість державних служб і організацій, що надають перевагу технологічним рішенням і поступово змінюють операційні процеси.

Реалії сьогодення виводять потреби державних службовців і партнерів на новий рівень, змушуючи організації коригувати управлінські стратегії та доповнювати їх інноваційним інструментарієм. Це обумовило появу технологічного маркетингу (MarTech), що виник на стику різних галузей знань і поєднує маркетинг з технологіями.

Для оптимізації певних управлінських процесів, державні службовці та організації використовують різне програмне забезпечення, що призводить до зростання кількості вузько-спеціалізованих технологічних рішень і виникнення потреби у фахівцях, що мають необхідні навички і вміння. Таке різноманіття обумовило необхідність формування універсальної інноваційної системи MarTech для державних службовців з врахуванням специфіки діяльності в умовах сучасних викликів.

Вибір технологічних рішень є важливим етапом побудови ефективної системи MarTech державної служби України. Однак, важливо розуміти, що інструмент не має підміняти стратегію. Плануючи запровадження будь-якої технології, зазвичай першим кроком фахівців є пошук інформації. Після цього відбувається порівняння наборів функцій і різних альтернатив, випробування безкоштовної пробної версії (демоверсії) і перевірка на відповідність цілям і задачам організації чи конкретної служби (рис. 1).

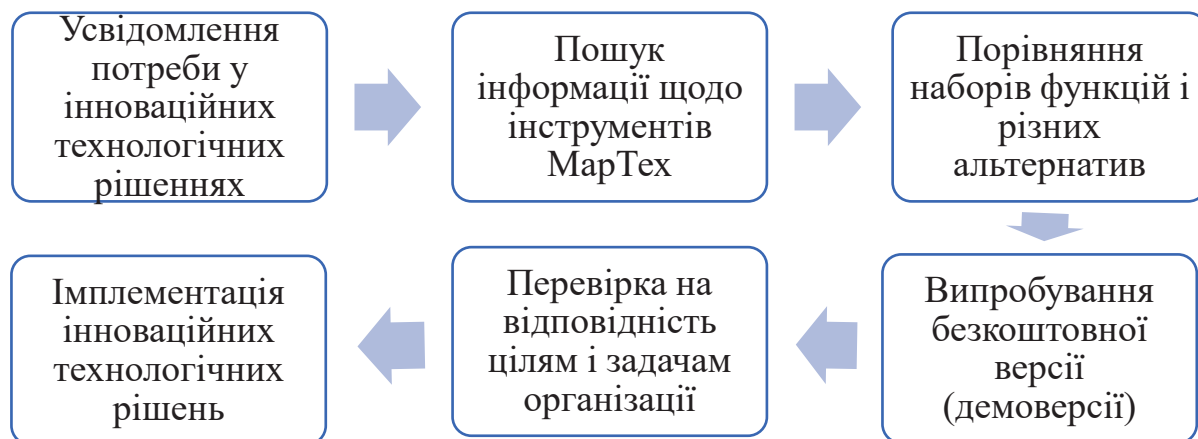


Рис. 1. Процес імплементации інноваційних технологічних рішень та інструментів MarTech державною службою України (на основі [1–2])

Можна порівнювати різні пакети програм за їхніми характеристиками, але справжня цінність інноваційних технологічних рішень і системи MarTech полягає в стратегії, підході та впливі на бажаний кінцевий результат. Перш ніж імплементувати конкретні програми, важливо розробити стратегію організації та реалізації інновацій зокрема. Стратегію трансформації державної служби України можна сфокусувати на певній діяльності чи функції, бажаному результаті, умовах метаморфози чи способах комунікації. На цьому етапі фахівці з MarTech рекомендують державним службовцям ретельно проаналізувати поточні інноваційні практики і визначити чинники, що відповідають стратегії, посилюють ефективність чи блокують реалізацію [1]. Також потрібно дослідити, які види інструментів доступні для державних службовців, та які є оптимальними для конкретного виду діяльності чи організації.

Основні групи технологічних рішень MarTech можна умовно розділити за такими сферами використання: 1) управління соціальними медіа [3]; 2) управління маркетинговими ресурсами; 3) управління відносинами з партнерами [4]; 4) управління системами генерації контенту; 5) управління аналізом даних; 6) автоматизація технологічних рішень [5]; 7) управління даними і цифровими активами [6].

Для успішного процесу імплементации інноваційних інструментів MarTech у діяльність державних службовців практики рекомендують [2]: аналізувати всі можливі варіанти наборів даних, що потрібні для досягнення поставлених цілей і постійно перевіряти параметри; розпочинати процес імплементации інструментів MarTech в організації згори й рухатися вниз, аналізуючи цілі високого рівня у широкому сенсі та визначаючи необхідні навички державних службовців та методи використання; співпрацювати з IT-спеціалістами під час концептуалізації, вибору й формування системи MarTech (IT-фахівці підтримують роботу програм та обладнання, необхідних для ефективної діяльності державних службовців); оцінювати різні інноваційні технологічні рішення, які актуальні для державної служби України і можливість їхньої інтеграції та координації з наявними системами; здійснювати постійний моніторинг системи MarTech, проводити регулярний аналіз і вдосконалювати підходи для покращення діяльності організації.

Отже, імплементация інноваційних технологічних рішень для державних службовців має певні особливості, що пов'язані зі специфікою діяльності конкретного суб'єкту чи підрозділу та вибором основних інструментів MarTech за сферами використання. Проведене дослідження дозволило встановити, що навіть в межах базової класифікації інструментів, кожна функціональна сфера налічує велику кількість програмних рішень, що постійно збільшуються [6–7].

Список використаних джерел:

1. The ultimate marketing technology stack for 2022. Anna Murphy. 2021. URL: <https://www.intercom.com/blog/the-ultimate-marketing-technology-stack/> (дата звернення: 29.06.2022).
2. Key Rules for Successful Martech Implementation. Sbeech. 2021. URL: <https://uplandsoftware.com/email-marketing/resources/blog/5-key-rules-for-successful-martech-implementation/> (дата звернення: 29.06.2022).
3. Social Media Marketing Technology. Black Label. 2017. URL: <https://blacklabelagency.com/social-media-marketing-technology-our-10-favorite-tools/> (дата звернення: 29.06.2022).
4. Top 27 Tools for your Martech Stack in 2020. mopinion. 2020. URL: <https://mopinion.com/top-27-tools-martech-stack-2020/> (дата звернення: 29.06.2022).
5. Eloqua. TechTarget Contributor. 2018. URL: <https://whatis.techtarget.com/definition/Eloqua> (дата звернення: 29.06.2022).
6. Kovshova, I., 2022, Digital Transformation: The Age of Innovations in Business and Society, in A. Petrillo et al. (eds.), Digital Transformation [Working Title], IntechOpen, London. 10.5772/intechopen.102797. URL: <https://www.intechopen.com/online-first/80564> (дата звернення: 29.06.2022).
7. Number of marketing technology solutions available worldwide from 2011 to 2021. 2022. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1131436/number-martech-solutions/> (дата звернення: 29.06.2022).