



Вместе с тем сама цифровизация строительства значительно отличается по уровню ее проникновения в деятельности организаций. Поэтому одним из перспективных направлений стоимостного инжиниринга является оценка цифровой зрелости строительных организаций, анализ степени цифровизации ее бизнес-процессов.

Направления развития стоимостного инжиниринга в строительстве в условиях цифровой трансформации экономики напрямую связаны с экономической информатикой и цифровой безопасностью личных и коммерческих данных, цифровой гигиеной и все большим использованием нейросетевых технологий прогнозирования и искусственным интеллектом.

Все это в совокупности должно обеспечить повышение экономической эффективности строительства, создание комфортной среды обитания человека, которая будет удовлетворять экологическим, социальным и экономическим требованиям общества, способствовать достижению целей устойчивого развития.

А. В. Дашкевич
магистрант

Е. В. Демченко

кандидат экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

ИНТЕГРАЦИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВУЮ СТРАТЕГИЮ

В современном мире быстрота изменений и эволюция потребительских предпочтений делают цифровую трансформацию необходимым условием развития организаций.

Интеграция цифровых технологий в маркетинговую стратегию обеспечивает возможность не только удовлетворить современные потребности потребителей, но и создать конкурентные преимущества в среде растущей конкуренции.

Среди основных инструментов цифрового маркетинга можно выделить веб-сайты, социальные сети, контент-маркетинг, поисковую оптимизацию, маркетинг автоматизации. Веб-сайты представляют онлайн-присутствие организации, где потенциальные клиенты могут получить информацию о продуктах и услугах. А социальные сети одновременно с этим позволяют устанавливать контакт с этими клиентами, получать обратную связь. Контент и поисковая оптимизация привлекают целевую аудиторию через поисковые системы путем создания и оптимизации контента. Автоматизация в маркетинге дает возможность отправки персонализированных сообщений и проведения автоматизированных кампаний.

Определение основных инструментов позволяет выделить основные тенденции в интеграции цифровых технологий в маркетинговую стратегию. Например, повышение значимости

мобильных технологий. Они становятся основным каналом взаимодействия компаний с клиентами в связи с расширением доступности мобильного интернета и ростом числа пользователей мобильных устройств. Особое внимание уделяется разработке мобильных приложений, оптимизации сайтов для мобильных устройств и созданию специальных мобильных маркетинговых кампаний. Также наблюдается стремительное развитие интерактивных технологий, таких как виртуальная и дополненная реальность, чат-боты и голосовые помощники. Эти технологии позволяют создавать уникальные пользовательские опыты, улучшать взаимодействие с клиентами и повышать эффективность маркетинговых кампаний. Также стоит отметить рост влияния социальных медиа.

Так, во всем мире наблюдается активное внедрение цифровых технологий для повышения узнаваемости бренда и улучшения результатов деятельности организации в цифровую эпоху. В Беларуси, например, виртуальная выставка, созданная Центральным научно-исследовательским и проектно-технологическим институтом (ЦНИИТУ), является примером успешной интеграции различных цифровых технологий, таких как веб-платформы, интерактивные экспонаты, онлайн-коммуникация. Виртуальная выставка включает в себя интерактивные экспонаты, которые позволяют пользователям взаимодействовать с представленным контентом. Это могут быть видеообзоры проектов, анимации, интерактивные презентации и другие формы контента, способствующие более глубокому пониманию и оценке представленных разработок.

ЦНИИТУ активно продвигает свою виртуальную выставку через социальные сети, электронные письма и другие онлайн-каналы. Это позволяет привлечь больше потенциальных партнеров, инвесторов и клиентов, заинтересованных в инновационных разработках, представленных на выставке.

Этот подход не только обеспечивает большую доступность и удобство для посетителей, но и позволяет компании эффективно привлекать внимание к своим инновационным разработкам и устанавливать контакты с потенциальными партнерами.

Таким образом, интеграция цифровых технологий становится неотъемлемой частью современной маркетинговой стратегии и ключевым фактором успеха для компаний, стремящихся оставаться релевантными и конкурентоспособными на рынке. Также важно помнить, что успешная интеграция цифровых технологий требует не только технического понимания, но и глубокого знания целевой аудитории, а также постоянного анализа и оптимизации маркетинговых стратегий. Только такие компании смогут оставаться на пике конкуренции и успешно развиваться в цифровую эпоху.

Список использованных источников

1. Виртуальная выставка предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clever.by/>. – Дата доступа: 10.03.2024.
2. Капустина, Л. М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в сети / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. – 102 с.
3. Ромат, Е. В. Маркетинговые коммуникации : учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров. – СПб. : Питер, 2019. – 396 с.

О. Г. Довыдова

*магистр экономических наук, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ДРАЙВЕР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В условиях современного преобразования экономики и перехода к инновационным и цифровым процессам влияние внедрения инноваций в производственный процесс оказывает значительное воздействие на конкурентоспособность и прибыльность предприятия.