

4. Impact Evaluation in Practice / Gertler P.J та ін. Washington, D.C. : The World Bank, 2016.
5. Lewis A., J.M Rao. The unfavorable economics of measuring the returns to advertising. The Quarterly Journal of Economics. 2015. Т. 130, № 4. С. 1941–1973.

УДК 339.138

Г.М. Квіта, І.І. Головачов

kek@knutd.com.ua

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

ЗАСТОСУВАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ

Хмарні технології представляють собою інноваційний підхід до розподілення обчислювальних ресурсів та надання послуг через Інтернет. Термін "хмара" використовується в метафоричному сенсі для уявлення цих обчислювальних ресурсів, які знаходяться на віддалених серверах і доступні користувачам через мережу.

Основна перевага хмарних технологій полягає в тому, що вони дозволяють користувачам отримувати доступ до обчислювальних ресурсів, програмного забезпечення і послуг без необхідності власного обладнання та інфраструктури. Це робить їх особливо зручними для бізнесу та індивідуальних користувачів, оскільки вони можуть спростити управління ІТ-ресурсами і зменшити витрати на обладнання та обслуговування.

Хмарні технології також надають можливість масштабувати обчислювальні ресурси в залежності від потреби, що дозволяє ефективно використовувати ресурси та підтримувати високий рівень доступності та надійності. Вони відкривають нові можливості для обчислювальних ресурсів та послуг, роблячи їх доступними, зручними та ефективними для різних сфер життя та бізнесу.

Кожен з цих типів хмарних рішень має свої переваги і недоліки, і вибір конкретної моделі належатиме від потреб і вимог організації. Багато організацій також використовують комбінацію цих моделей для найкращого використання хмарних ресурсів.

Існує три основні гравці у галузі хмарних обчислень, які мають найбільший вплив на ринок:

- Amazon Web Services (AWS). AWS є одним із перших гравців на ринку хмарних послуг і надавачем широкого спектру обчислювальних ресурсів, послуг штучного інтелекту, аналізу даних, інтернету речей (IoT) та багато інших. Вони володіють великою мережею дата-центрів по всьому світу та мають широкий набір інструментів для розробки та управління хмарними додатками.

- Microsoft Azure: Azure входить до сімейства продуктів Microsoft і пропонує широкий спектр хмарних послуг, зокрема обчислювальні ресурси, бази даних, інструменти розробки, аналіз даних та інше. Він інтегрований з екосистемою Microsoft, що робить його привабливим вибором для організацій, які вже використовують продукти Microsoft.

- Google Cloud Platform (GCP): GCP, як і два інших гіганти, пропонує широкий спектр хмарних послуг, включаючи обчислювальні ресурси, аналітику даних, штучний інтелект та багато інших. Google славиться своєю обізнаністю в області штучного інтелекту та аналізу даних, що робить GCP цікавим вибором для організацій, які фокусуються на цих технологіях.

Важливо зауважити, що ринок хмарних обчислень постійно зростає, і інші компанії також намагаються отримати свою частку у цій галузі. Якщо обирати хмарного провайдера, варто враховувати потреби бізнесу, технологічні особливості та інші чинники для забезпечення оптимального вибору.

Хмарні обчислення дозволяють організаціям більш ефективно використовувати свої дані, виконувати аналітику та приймати обґрунтовані рішення для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності.

Важливість хмарних технологій для маркетингу в сучасному бізнес-середовищі значно зростає. Хмарні технології розширюють можливості маркетологів, роблять їх більш продуктивними і дозволяють реалізувати нові ідеї та стратегії.

Перехід до хмарних рішень для маркетингових завдань надає значні переваги [2]:

- полегшення контролю. Хмарні інструменти дозволяють вести облік робочого часу та моніторинг активності співробітників, що сприяє більш ефективному управлінню.

- єдиний інформаційний простір. Хмарні системи забезпечують централізований доступ до даних і можливості аналітики, що сприяє оперативному вирішенню завдань і формуванню звітів.

- управління правами доступу і безпекою. Можливість ефективного контролю прав доступу і підвищення рівня інформаційної безпеки є важливими аспектами в управлінні даними компанії.

- скорочення витрат. Використання хмарних послуг зменшує витрати на обладнання, його обслуговування, програмне забезпечення та інфраструктуру, що дозволяє сконцентрувати ресурси на інших аспектах бізнесу.

- мінімальні витрати на підготовку персоналу. Часто хмарні рішення мають інтуїтивний інтерфейс та не вимагають значних зусиль для навчання персоналу.

- збереження часу. Завдяки ефективним інструментам і можливостям автоматизації, хмарні технології дозволяють заощаджувати час при виконанні повсякденних завдань.

Розглянемо особливості хмарних сервісів:

Google One та Microsoft Office 365 є відомими та широко використовуваними хмарними рішеннями для зберігання та обробки документів. Вони надають багато корисних інструментів для комунікації та співпраці в бізнесі.

Serpstat - це важливий інструмент для маркетологів і SEO-фахівців, який допомагає в аналізі конкурентної обстановки та оптимізації веб-сайтів.

Deals є прикладом того, як хмарні технології можуть спростити процеси управління документами та робити їх більш ефективними.

GigaCloud також пропонує цікаві хмарні рішення, включаючи поштові та відеосервіси, які можуть бути корисними для бізнесу.

Сервіс Zimbra з власною поштовою скринькою є корисним інструментом для бізнесу та особистого використання. Основні можливості цього сервісу включають:

Інтуїтивний інтерфейс. Зручний інтерфейс робить роботу з поштою ефективною та приємною.

Можливість використання на різних пристроях. Це дозволяє отримувати доступ до електронної пошти з різних мобільних пристроїв та комп'ютерів.

Антивірус та антиспам захист. Це важливі функції для захисту від шкідливих програм і небажаних повідомлень.

Обсяг поштової скриньки 10 ГБ є досить значним обсягом, якого вистачить для багатьох років листування.

Cloud Video - це ще один корисний сервіс, спеціалізований на відеоспостереженні та аналітиці. Основні можливості включають:

Перегляд відеокamer в реальному часі. Можна слідкувати за відео з камер у реальному часі через цей хмарний сервіс.

Збереження відео. Записи можна зберігати на віртуальних серверах, що дозволяє зручно зберігати і архівувати важливі відеофрагменти.

Відеоаналітика. Професійна відеоаналітика може надати цінні дані та звіти щодо використання відеокamer.

Ці інструменти можуть бути особливо корисними для бізнесів, які потребують відстежування безпеки або ведення ефективного листування[4].

Наведені переваги використання хмарних технологій, такі як зменшення витрат, доступність, безпека та зручність, роблять їх важливими для багатьох компаній. Залежно від потреб бізнесу, можна вибрати конкретні хмарні рішення, які найкраще відповідають завданням і бюджету.

Підсумовуючи, зазначимо, що використання хмарних сервісів має безліч переваг для бізнесу, маркетологів та індивідуальних користувачів:

1. Збереження витрат на обладнання. Замість витрат на дороге обладнання та сервери, можна користуватися інфраструктурою в хмарі, що значно зменшує витрати на закупівлю та обслуговування обладнання.

2. Підвищення продуктивності ПК. Оскільки більшість обчислень відбуваються на серверах в хмарі, комп'ютеру не потрібно багато ресурсів для виконання завдань, що поліпшує продуктивність і дозволяє працювати з більшою швидкістю.

3. Зниження проблем з обслуговуванням. Відповідальність за інфраструктуру і обслуговування серверів, несуть хмарні постачальники, що дозволяє уникнути проблем, пов'язаних з фізичним обслуговуванням серверів.

4. Зменшення витрат на програмне забезпечення. Можна використовувати програмне забезпечення в хмарі без необхідності покупки дорогих ліцензій, що зменшує витрати на програмне забезпечення.

5. Необмежена масштабованість. Хмарні сервіси можуть легко масштабуватися, що дозволяє бізнесу легко розширюватися та зростати.

6. Автоматичні оновлення. Програми та сервіси в хмарі оновлюються автоматично, що забезпечує завжди останніми версіями програм без необхідності вручну їх встановлювати.

7. Крос-платформенність. Доступ до хмарних послуг можливий з будь-якої операційної системи та пристрою з доступом до Інтернету, таким чином, немає обмежень жодній конкретній платформі.

8. Доступність в будь-якому місці. Можна отримувати доступ до своїх даних і програм навіть з віддалених місць завдяки Інтернету.

9. Безпека і резервне копіювання. Хмарні постачальники забезпечують високий рівень безпеки та автоматичного резервного копіювання даних, що робить їх безпечними від втрати інформації.

Загалом, використання хмарних сервісів стає дедалі популярнішим варіантом завдяки своїм багатьом перевагам для користувачів та бізнесів [5].

Список літератури

1. Що таке хмарні технології і навіщо вони потрібні URL: <https://edin.ua/shho-take-xmarni-texnologii%D1%97-i-navishho-voni-potribni/>

2. Хмарні технології для маркетингу URL: <https://tucha.ua/uk/blog/business/khmarni-tekhnologii-dlya-marketingu>

3. Економіка хмарних обчислень URL: <https://financial.lnu.edu.ua/course/ekonomika-khmarn-ykh>

УДК 339.138

К.О. Шіковець, В.О. Казнодій

kek@knutd.com.ua

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-РІШЕНЬ В МАРКЕТИНГУ

Бізнес-рішення в маркетингу визначаються, як управлінське рішення, спрямоване на підвищення ефективності роботи компанії[1]. Класифікація бізнес-рішень в маркетингу може базуватися на кількох критеріях[1]:

- критерій впливу рішення: визначається ступенем важливості рішення для компанії. Деякі рішення можуть мати критичний вплив на успішність бізнесу, тоді як інші можуть бути менш суттєвими.
- складність прийняття рішення: визначається тим, якій рівень керівництва або рангу в компанії потрібно приймати рішення. Деякі рішення можуть бути прийняті на низькому рівні, тоді як інші можуть вимагати участі вищого керівництва.
- частота прийняття рішень: визначається тим, наскільки часто доводиться приймати рішення подібного характеру. Деякі рішення можуть вимагати постійного моніторингу і корекції, тоді як інші можуть бути прийняті лише один раз.
- передбачуваність наслідків: визначається тим, наскільки можна передбачити наслідки впровадження рішення з високим ступенем достовірності. Деякі рішення можуть мати більш передбачувані наслідки, тоді як інші можуть бути пов'язані з більшим ступенем невизначеності.

Можна визначити два основних типи бізнес-рішень в маркетингу[1].

Рішення категорії А (звичайні рішення). Це рішення з високою частотою прийняття і високим ступенем передбачуваності. Зазвичай це рішення, які пов'язані з рутинними операціями і процесами бізнесу. Вони можуть бути легко сформульовані та автоматизовані. Приклади цих рішень включають в себе розміщення замовлень на постачання, ведення фінансової звітності тощо[1].

Рішення категорії В (складні рішення). Це рішення, які приймаються рідко і можуть мати значний вплив на організацію. Вони часто пов'язані з стратегічними аспектами бізнесу та можуть мати непередбачувані наслідки. Ці рішення вимагають аналізу, досліджень та обговорень на вищому рівні управління. Приклади цих рішень включають в себе вибір нового напрямку розвитку компанії, вкладення в інноваційні проекти тощо[1].

Для моделювання і прийняття рішень в маркетингу можуть використовуватися різні методики, включаючи таблиці рішень, дерева рішень та мережі рішень тощо. Кожен метод відповідає застосуванню відповідних алгоритмів та аналітичних інструментів для розгляду і вибору оптимального варіанту в контексті конкретного бізнес-сценарію.

Всі ці підходи включають три ключові елементи [2]: рішення (decision), інформацію (information) та знання (knowledge) [2].

Таблиці рішень (Decision Tables) - це компактне табличне представлення набору бізнес-правил для вибору одного з доступних результатів. Кожен рядок (або стовпчик) - це правило, а кожен стовпчик (або рядок) - одна з умов цього правила. Коли всі умови певного правила оцінюються як істинні для набору вхідних даних, вибирається результат або дія, визначена для цього правила [2].

Дерева рішень є графічним інструментом, який дозволяє систематизувати і представити набір правил прийняття рішень у логічній і структурованій формі[2].

Основні компоненти дерева рішень включають[2]:

Вузли. Кожен вузол у дереві представляє точку в прийнятті рішення. Вузли можуть бути внутрішніми (проміжними) або листями (кінцевими). Внутрішні вузли містять умови або альтернативи, які розглядаються при прийнятті рішення, тоді як листя вказують на конкретне рішення або висновок.

Гілки. Гілки з'єднують вузли і вказують напрямок руху по дереву. Кожна гілка може представляти альтернативний шлях або умову, яку треба враховувати при прийнятті рішення.

Умови. Умови, що розглядаються на рівні внутрішніх вузлів, визначають, який шлях слід обрати в залежності від конкретних умов або параметрів.

Правила прийняття рішення. Кожен лист дерева містить правило прийняття рішення, яке вказує, яке рішення або діяльність слід проводити на основі умов, що були розглянуті.

Корінь. Корінь дерева представляє початковий вузол, з якого розпочинається процес прийняття рішень.

Дерева рішень є потужним інструментом для моделювання та аналізу різних сценаріїв прийняття рішень