

**Завгородня А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Ми живемо у період глобалізації та діджиталізації, іншими словами – у вік цифрової революції. У цей час у провідних країнах середньостатистична людина не уявляє свого життя без технологій, не кажучи вже про підприємства. Головною метою діджиталізації на підприємстві є автоматизація рутинної та монотонної діяльності, створення певних прозорих алгоритмів, та мінімізація впливу людського фактору там, де він не потрібен або завдає шкоди (приводить до збитків).

Пріоритетними завданнями підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації є проектування фундаментальної бізнес моделі та ефективної реалізації конкурентоспроможної стратегії діяльності, що враховує домінуючі діджитал тренди [1, с. 143].

Діджитал трансформація діяльності підприємств передбачає зміну ключових блоків їх діяльності:

- практичного досвіду роботи з покупцями або клієнтами (розуміння переваг, персоналізація продажів, конструювання взаємовідносин);
- операційних бізнес процесів (діджиталізація бізнес-процесів, віртуалізація індивідуальної роботи співробітників, транзакційні системи продуктивності);
- бізнес моделі (бізнес-модель підприємства з частковими діджитал-змінами, бізнес-модель нових діджитал-підприємств, адаптивна бізнес-модель підприємств з урахуванням тенденцій діджитал-глобалізації).

Розглянемо детально блоки діджитал трансформації діяльності підприємства та їх складові. Трансформація практичного досвіду роботи з покупцями або клієнтами включає три елементи:

1. Розуміння переваг. Відповідно до проведених досліджень [2; 5; 6], підприємства використовують результати попередніх інвестицій у проведення маркетингових досліджень, для детального вивчення переваг споживачів конкретних географічних регіонів, тобто сегментів ринку, а також здійснюють моніторинг соціальних мереж, щоб зрозуміти ступінь їх задоволеності. Підприємства створюють нові онлайн спільноти для консультування і підвищення лояльності постійних клієнтів. Також певна кількість підприємств розширює власні аналітичні можливості для більш глибокого розуміння клієнтів [4, с. 174].

2. Персоналізація продажів. Підприємства використовують діджитал технології для збільшення обсягів особистих продажів за допомогою застосування

різних девайсів і гаджетів. Також можливе застосування мобільних інструментів, щоб допомогти продавцям в здійсненні аналітичного планування, краще розуміння покупців або клієнтів допомагає у трансформації досвіду продажів. Підприємства інтегрують дані про покупки клієнтів, щоб забезпечити більшу персоналізацію продажів і краще обслуговування клієнтів.

3. Конструювання взаємовідносин. Діджитал ініціатори значно поліпшують обслуговування клієнтів, адже саме швидке і прозоре вирішення проблеми формує довіру клієнтів. Створення облікових записів підприємства в соціальних мережах сприяє швидкому реагуванню на скарги клієнтів, тому багато підприємств, особливо у сферах роздрібних і фінансових послуг, здійснюють комплексну багатоканальну комунікаційну діяльність, що вимагає подання та впровадження IT-інновацій у взаємовідносинах з клієнтами та внутрішніх операційних бізнеспроцесах. Деякі підприємства виходять за рамки простих багатоканальних бізнесмоделей, щоб реалізувати нову форму діджитал стратегії. Також підприємства пропонують самообслуговування клієнтам за допомогою діджитал інструментів, що дозволяють зекономити час клієнтам та заощадити грошові кошти підприємства одночасно.

Незважаючи на те, що трансформація практичного досвіду роботи з клієнтами є ключовим аспектом діджитал трансформації підприємств, здійснення трансформації внутрішніх операційних бізнеспроцесів також виступає пріоритетним завданням при прийнятті обґрунтованих управлінських рішень в умовах диджиталізації, складовими якої виступають:

1. Диджиталізація бізнес процесів. З метою розробки більш ефективних, масштабних бізнес процесів підприємства здійснюють автоматизацію даних для прийняття раціональних рішень. Так, ERP забезпечує значну ефективність і підвищення якості в основних транзакційних, фінансових бізнес процесах і ланцюгах поставок, створює центральну діджитал платформу для головних бізнес-процесів, та загальну діджитал модель для підприємств у мережі магазинів. Широко поширені системи самообслуговування співробітників, особливо у такій сфері, як управління персоналом. Деякі підприємства виходять за рамки традиційної автоматизації задля отримання додаткових конкурентних переваг.

2. Віртуалізація індивідуальної роботи співробітників. Підприємства використовують у діяльності діджитал технології, діджитал інструменти, у тому числі додатки на гаджетах, зокрема для спільної роботи і відеоконференцій. Персонал регулярно контактує з потенційними покупцями, з яким він ніколи не зустрічається особисто, у віддалених місцях або регіонах. Мобільні гаджети

дозволяють співробітникам залишатися на зв'язку з офісом у будь-який час і працювати вдома, коли вони не можуть перебувати в офісі, тобто діджитал інструменти дозволяють співробітникам контактувати з колегами, партнерами та споживачами незалежно від місцезнаходження, що створює підґрунтя для подальших трансформацій, пов'язаних з глобалізацією.

3. Транзакційні системи продуктивності. Забезпечення прозорості відображення продуктивності є ключовим моментом у діяльності підприємства, завдяки чому керівники більш поінформовані про поточні умови функціонування та економічний стан підприємства, та приймають обґрунтовані управлінські рішення. Транзакційні системи продуктивності надають можливість керівникам підприємств більш глибоко розуміти уподобання покупців або клієнтів щодо вибору товарів на базі реальних даних [7; 8].

Трансформація бізнесмоделі, як і попередні два блоки, включає також три складових елементи:

1. Бізнес-модель підприємств з частковими діджитал змінами. Зазначена бізнесмодель передбачає пошук способів збільшення фізичних можливостей підприємств за допомогою діджитал пропозицій і використання діджитал контенту для спільного використання в організаційних сховищах. Це означає, що підприємства здійснюють традиційну діяльність та використовують діджитал технології для трансформації і підвищення результативності діяльності. Так, деякі підприємства створюють безкоштовний email, прикріплений до кожної фізичної адреси, що може бути використана підприємством у якості заміни фізичного email клієнта; інші – впроваджують інноваційні діджитал технології просування для певних асортиментних позицій, що вимагають меншої кількості залучених співробітників.

2. Бізнес-модель нових діджитал підприємств. Підприємства впроваджують діджитал послуги, які доповнюють традиційні асортиментні позиції, змінюють бізнесмоделі, розширюючи межі своєї діяльності за допомогою діджитал технологій, що, у цілому, надає покупцям і клієнтам інтегрований багатоканальний досвід взаємодії в онлайн просторі.

3. Адаптивна бізнес-модель підприємств з урахуванням тенденцій діджитал глобалізації. Підприємства, що виробляють або просувають на ринок бренди або відомі торгові марки, трансформуються з багатонаціональних у глобальні. Діджитал технології у поєднанні зі своєчасною маркетинговою інформацією дозволяють підприємствам отримувати глобальний синергетичний ефект, здійснюючи при цьому власну діяльність на місцевому рівні. Ці підприємства є

централізованими і децентралізованими одночасно. Глобальні спільні ІТ-служби підприємств підвищують ефективність їх діяльності і знижують ризики, а також сприяють глобальній гнучкості. Головне підприємство може розміщувати виробничі потужності по всьому світу і контролювати у режимі онлайн збої у виробництві, приймати рішення з регулювання надлишкового попиту на ринку.

Разом ці дев'ять елементів утворюють набір складових діджитал трансформації. Згідно з дослідженнями [3], в Україні жодне підприємство ще не трансформувало повністю дев'ять елементів. Керівники обирають серед блоків лише ті, що, на їхню думку, є важливими для підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гринько Т. В. Економічна сутність та етапи управління змінами на підприємстві / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Управління розвитком підприємства в інтеграційних умовах: Колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Україна, Дніпропетровськ: Біла К. О., 2014. – С. 142–154.
2. Офіційний вебсайт GfK [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/ukua/>
3. Офіційний вебсайт ProConsulting [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proconsulting.ua/>
4. Пашкевич М. С. Моделювання сталого розвитку територіальних виробничих систем / М. С. Пашкевич, О. С. Чернишева, Т. З. Гвініашвілі // Регіональна економіка. – № 1. – 2013. – С. 173–178.
5. Digital Government: Building a 21st Century Platform to Better Serve the American People (2013). The White House. Available at: <http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/egov/digitalgovernment/digitalgovernment.html>
6. Digital Transformation of Industries (January 2016). Industry Agenda, World Economic Forum. Available at: <http://reports.weforum.org/digitaltransformation/wpcontent/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef1601digitaltransformation200116.pdf>
7. Manu A. (2016). Behavior Space: Play, Pleasure and Discovery as a Model for Business Value (New Edition), Kindle Edition, 264 p.
8. Wade M. (2015). Digital Business Transformation. Global Center for Digital Business Transformation, 16 p.

**Югова К. О., д. е. н. Гринько Т. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Глобалізаційні та інтеграційні процеси, що нині відбуваються у світовій економіці, призвели до підвищення актуальності проблеми формування якісної стратегії зовнішньоекономічної діяльності та застосування новітніх концепцій міжнародного менеджменту в управлінні підприємствами України. Насамперед,