

отже, вжиття відповідних заходів для забезпечення готовності підприємства до таких ризиків. Оцінка загроз та ризиків передбачає виявлення загроз у бізнес-середовищі [3; 4].

Безперервність бізнесу включає заходи, спрямовані на те, щоб бізнес-операції продовжувалися, як і до кризи. Мета полягає в тому, щоб гарантувати, що підприємство може відновити своє початкове положення якомога швидше, і таким чином сприяти продовженню нормальних бізнес-процесів. Це важливий аспект, оскільки він надає інформацію про планування безперервності, що полегшує відновлення підприємства. Планування безперервності бізнесу може охоплювати такі аспекти, як технологічні інновації для запобігання втраті та відновлення даних, ефективна комунікація для сприяння нормалізації організаційної діяльності та підтримання надійних стосунків з партнерами по бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Глущенко С.В., Івахненко С.В. Антикризове управління на підприємстві: фінансово-організаційні аспекти: навч. посіб. Київ: НАУКМА, 2020. 92 с.
2. Глущенко С.В. Джерела фінансування бізнесу в умовах антикризового управління. *Наукові записки НАУКМА: економічні науки*. 2018. Т. 3, Вип. 1. С. 33-37.
3. Гринько Т.В. Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві. *Економіст*. 2013. №8. С. 51-53.
4. Гринько Т.В. Особливості антикризового управління підприємством в сучасних умовах. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*. 2014. №10/1. Випуск 8 (2). Т. 22. С. 117-122.

#### **Фартушний М. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ**

У сучасних умовах найважливішими проблемами будь-якої компанії є її розвиток, завоювання ринкових позицій, оволодіння конкурентними перевагами у довготерміновій перспективі. Саме тому особливої актуальності набуває удосконалення управління компаніями на основі принципів менеджменту і маркетингу у такій сфері як діджиталізація [1].

Діджиталізація – це перехід вже звичних процесів економічної діяльності до цифрових та новітніх технологій менеджменту, господарства, зв'язку.

Перехід економіки до сучасних електронних можливостей спричинило до необхідності діджиталізації управлінських процесів, введення цифрових продуктів з метою задоволення попиту на ринку.

Діджиталізація надає наступні переваги:

- високий рівень конкурентоздатності;
- спрощення роботи з великим обсягом формації;
- заощадження коштів;
- гарні відгуки клієнтів;
- благодотворний імідж фірми [2].

Діджиталізація яка направлена на споживачів найбільш розвита на сьогодні. Підприємство яке активніше розвиває свої електронні ресурси користується більшим попитом ніж підприємство з менш розвиненим рівнем діджиталізації. З точки зору споживачів набагато легше подивитися каталог або переглянути список послуг підприємства зі свого смартфона ніж прийти до магазину або підприємства, бо це вимагає затрат певного часу як мінімум для того, щоб дістатися до закладу. Оплата за послуги та товари також в електронному форматі, так що клієнт надасть перевагу додатку ніж візиту до магазину.

Але розвиток діджиталізації в компанії і має певні недоліки, такі як:

- розширення штату працівників для розробки та підтримки додатку;
- можливі кібератаки які можуть стати причиною крадіжки персональних даних користувачів.

Тому слід уважно слідкувати за електронними ресурсами та тримати штат як можна краще підготовлених фахівців.

Також протерпіла змін система менеджменту. Через багаточисленні технологічні нововведення стало питання о зміні системи менеджменту як такої. У свою чергу питання щодо автоматизації таких процесів як технологія та управління і створило високий інтерес на якісний розгляд бізнесу з метою створення гнучкої системи керування. Не достатньо суттєвий вплив на діяльність самого менеджера. Це призведе до зменшення кількості менеджерів і до змін самого плину їх роботи.

Отже одним з найважливіших факторів розвитку систем менеджменту та маркетингу в сучасних умовах є діджиталізація, у сучасному світі вона є невідклад-

ною складовою сучасної економіки, яка сприятливо впливає на прибуток та імідж компанії [3].

**Список використаних джерел:**

1. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Фісун Ю.В., Крапко О.М. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. Київ: НАУ, 2022. 204 с. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/56295/1/Маркетинговий%20менеджмент.pdf>
2. Яковенко В.С., Казеян Н.К. Моделювання «життєздатності» суб'єктів креативної економіки. *Економіка: реалії часу*. 2019. № 5 (45). С. 117-126. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No5/117.pdf>.
3. Iakovenko, V., Pavlov, R., Pavlova, T., Levkovich, O. (2023). Transformational Opportunities for Business Entities in the Circular Economy. *Lecture Notes in Management and Industrial Engineering*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-23463-7\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-031-23463-7_6)