

Костак Каріна
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та економічної теорії
ЗУНУ Шиманська О.П.)

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ В НОВІЙ ПАРАДИГМІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

Розвиток інноваційних технологій і засобів комунікації став потужним поштовхом для формування нового напрямку в сучасному діловому світі – цифровізації корпоративних бізнес-процесів. Аналогова інформація перетворюється в цифрові дані. Більшість засобів масової інформації стають цифровими, а більшість електронних компонентів визначають головні тенденції в бізнес-процесах.

Варто зазначити, що технологічною основою цифрової економіки в сучасному світі є досягнення четвертої промислової революції, яка дозволяє повністю перейти до використання цифрових технологій, поєднуючи їх з промисловими, що повністю змінює спосіб організації бізнесу. Покращення бізнес-процесів ґрунтується на ефективній та швидкій внутрішній оптимізованій комунікації між співробітниками підприємства через цифровізацію, спрямовану на досягнення основної його мети – підвищення операційних можливостей та прозорості бізнес-процесів, а також створення зручних умов для споживача послуг. Використання цифрових технологій дозволяє без жодних проблем зменшити витрати компанії, залучити нових клієнтів, і, відповідно, – збільшити прибутковість. При цьому компанії швидко орієнтуються в змінах споживчого попиту, своєчасно реагуючи на них.

Підтвердженням значимості цифрової економіки є щорічне зростання цього сегменту у ВВП країн практично на 20%. У випадку розвинених країн цей показник становить 7%. Зокрема, частка цифрової економіки у ВВП США у 2019 р. становила 6,9-21,6%, а у ВВП Китаю – 6-30% [2, с. 262]. Упродовж 2010-2017 рр. лідером серед країн у збільшенні частки доданої вартості сектору ІКТ у ВВП залишався Тайвань (провінція Китаю) – 2,0%. Серед країн Європи найбільші темпи відстежуються у таких країнах, як Кіпр, Ісландія, Ірландія, Сербія, Польща, Німеччина. Для порівняння, частка експорту послуг, що постачається цифровим способом, у світовому експорті послуг у 2018 році становила 2,9 трлн. дол. США, а світовий експорт послуг ІКТ – 568 млрд. дол. США [2, с. 262]. Як бачимо, цифрові перетворення найбільшого рівня зосереджені в США і Китаї, які володіють 70 найбільшими цифровими

платформами, що становить 90% світової ринкової капіталізації цифрових технологій [2, с. 262].

Вважається, що глобальна цифровізація суспільства почалася ще до пандемії COVID-2019, проте ситуація у 2020 році прискорила цю тенденцію й розділила цифровий розвиток на два періоди – так звані «до» та «після». Відповідно до прогнозів фахівців, світові інвестиції в діджитал-технології та послуги до 2023 року повинні були скласти 2,3 трлн. дол. Але вплив коронавірусної пандемії призвів до активізації зусиль бізнес-структур щодо введення цифрових технологій. У 2020 році за інформацією Dell Digital Transformation Index було опитано близько 4000 бізнес-лідерів з усього світу, 8 з 10 організацій змогли прискорити свої програми цифрової трансформації. У відповідь на початок пандемії більшість компаній та організацій вже прискорили інвестиції в діджиталізацію.

За даними прогнозу у 55% організацій є плани щодо досягнення цифрової стійкості бізнесу до кінця 2022 року, які успішно підтверджуються на практиці. Це допоможе підвищити прибутковість, рівень інновацій та економічну ефективність більш ніж на 20%. Щоб доповнити цифровими технологіями активи і фізичні простори до 2023 року 90% організацій у всьому світі надаватимуть пріоритет інвестиціям у діджиталізацію. Таким чином, кожна друга компанія отримуватиме понад 40% своїх доходів від цифрових продуктів та послуг, порівняно з кожною третьою у 2020 році [4].

Вважаємо за доцільне навести приклади компаній-лідерів діджиталізації, що спеціалізуються на випуску цифрової продукції і наданні цифрових послуг, успішно реалізують програми діджиталізації і впроваджують цифрові технології у своїй діяльності:

- IKEA, що за допомогою цифрової трансформації бізнесу вміло оптимізує витрати і «виховує» новий досвід у своїх покупців. Компанія застосовує сайт TaskRabbit, який допомагає швидше проводити процес працевлаштування у магазини IKEA. А для спрощення вибору меблів, їх розміру, покупці можуть їх попередньо «розставити» у квартирі за допомогою доповненої реальності в додатку IkeaPlace.
- Kernel, де діджиталізацію застосовано в інноваційній екосистемі DigitalAgriBusiness, завдяки якій можна за лічені секунди з будь-якої точки світу зайти на кожне поле, побачити всю аналітику, звіти, а також відео- та фотоматеріали.
- Mastercard, де застосовують розвиток цифрової комерції і діджитал-оплат як онлайн, так і офлайн за допомогою технології NFC [3].

В контексті проблеми необхідно звернути увагу на важливості використання у міжнародній практиці композитивних ІКТ-індексів (e-

індексів), побудованих на базі наборів ІКТ-індикаторів, що застосовуються для інтегрованої оцінки рівня цифрових трансформацій в економіці країн, бізнесі, розвитку цифрової економіки і цифрового суспільства. Зокрема, Індекс мережевої взаємодії (Global Connectivity Index, GCI, розробленим компанією Huawei) аналізує широкий спектр індикаторів, які відстежують вплив ІКТ на економіку країни. За рейтингами GCI у 2019 році провідними країнами стали США, Сінгапур і Швейцарія з 87, 81 і 81 балами відповідно (табл. 1).

Таблиця 1

Топ-10 цифровізованих економік країн світу за Індексом цифрової трансформації у 2019 році

Місце країни у рейтингу	Індекси цифрової трансформації (цифровізації економіки)		
	Індекс мережевої взаємодії (Global Connectivity Index, GCI)	Індекс цифрової конкурентоспроможності (World Digital Competitiveness Index, WDCI)	Індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index, NRI)
1	США (87)	США (100,00)	Швеція (82,65)
2	Сінгапур (81)	Сінгапур (99,373)	Сінгапур (82,13)
3	Швейцарія (81)	Швеція (96,070)	Нідерланди (81,78)
4	Швеція (80)	Данія (95,225)	Норвегія (81,30)
5	Данія (77)	Швейцарія (94,648)	Швейцарія (81,08)
6	Фінляндія (76)	Нідерланди (94,261)	Данія (81,08)
7	Нідерланди (75)	Фінляндія (93,732)	Фінляндія (80,34)
8	Великобританія (75)	Гонконг (93,686)	США (80,32)
9	Японія (75)	Норвегія (93,671)	Німеччина (78,23)
10	Норвегія (73)	Південна Корея (91,297)	Великобританія (77,73)

Джерело: побудовано на основі [1]

Дані індекси дозволяють проаналізувати та оцінити ступінь сприйняття цифрових технологій країнами, що призводить до трансформації державної політики, бізнес-моделей та суспільства загалом, а також визначають цифрову конкурентоспроможність за трьома основними факторами: знання, технології, майбутня готовність.

Отже, бізнес, який слідує за останніми тенденціями в сфері цифрових інновацій і готовий до їх впровадження, здатний адаптуватися до більш гнучких бізнес-процесів, має доволі значний потенціал для досягнення успіху, а також отримує значні переваги: ефективність взаємодії працівника і роботодавця перестає залежати від їх місця розташування; цифрова економіка змінює жорсткий розклад робочого дня працівників на гнучкий та зменшує роль географічного розташування як фактору індивідуального попиту і пропозиції на ринку праці.

Використані джерела:

1. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2019. URL: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2019/>
2. Закордонний досвід цифрової трансформації управління розвитком національної економіки. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/51_2020/44.pdf
3. Топ-25 лідерів діджиталізації. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-lider>
4. Як розвиватиметься цифрова економіка у найближчі роки. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/13/681412/>

Кошіль Вікторія
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та економічної теорії
ЗУНУ Лотиш О. Я.)

ДЛЯ ЧОГО БІЗНЕСУ ПОТРІБНО РОЗВИВАТИСЯ У СФЕРІ SMM (SOCIAL MEDIA MARKETING)?

Соціальні мережі сьогодні – це не просто фотографії з відпочинку та репости статей про політику. Зараз це окремий світ. Тут шукають відповіді на безліч різноманітних питань, довіряють відгукам, рекомендують, купують – тут живуть і непогано процвітають бізнеси, які добре тямлять у сфері SMM [1].

Абревіатура SMM прийшла до нас з англійської мови і розшифровується як «Social Media Marketing», що можна дослівно перекласти як «маркетинг в соціальних мережах». Це відносно новий, але дуже перспективний напрямок інтернет-маркетингу, до якого все частіше останнім часом вдаються організації різних галузей. Діяльність SMM, спрямована на залучення клієнтів і зростання продажів за допомогою взаємодії зі споживачами через соціальні медіа. Або, якщо говорити простіше, це комплекс заходів по запуску і веденню сторінки в соціальних мережах.

Соціальні мережі, які найбільш популярні в Україні це Facebook, YouTube, Instagram, Telegram, Twitter, LinkedIn. За останні кілька років із зростанням кількості користувачів різноманітних соціальних мереж, SMM-маркетинг став дуже ефективним інструментом для багатьох компаній, які працюють як онлайн так і фізично. Але в той же час, зросла конкуренція за