

«Вплив інноваційних змін на розвиток суспільства: управлінські та соціально-економічні аспекти»

СЕКЦІЯ 7. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

*Наукові публікації розроблені в рамках проєкту Erasmus+ “Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану (DigEco) 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP”/ The paper is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project “Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan” / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі/This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.



УДК 336.7

Ya.Burtsev, Graduate student of the Department of Finance and Digital Economy
Scientific supervisor: O.Petruk, Doctor of Economic Sciences, prof.,
professor of the Department of Finance and Digital Economy
Zhytomyr Polytechnic State University

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL SERVICES FOR BUSINESS

Since 2020, the financial system of Ukraine has been under the influence of the Covid-19 pandemic and the full-scale invasion of the country by the Russian Federation. These events made appropriate adjustments to the activities of all sectors of the economy and the state as a whole. The business lost multi-million contracts, parts of partners and prospects for development, which in turn led to the closure of certain areas of activity, respectively, this led to a reduction in jobs, and a large part of ordinary citizens lost the opportunity to work and earn money.

However, despite the above events, both citizens and businesses are adapting to today's realities. A major role in adaptation is played by the digitization process, which is accelerating, including thanks to the development of state digital services. Everyone is getting used to living in a «digital state». Considering business in today's conditions as a whole, it should be noted that active digitization is characteristic of the vast majority of business representatives in Ukraine. The transition to e-commerce is becoming an increasingly important trend in the economy. Over time, it provides more and more advantages for scaling the business, bringing new products to the market and modernizing the company's services for its customers.

The full implementation of the PayPal payment system, which expanded cooperation with international partners, was a great impetus for the opening of new opportunities for small and medium enterprises. From now on, you can not only make purchases on the Internet, but also make money transfers and withdraw money to the cards of Ukrainian banks, the most common among customers of the Visa and MasterCard payment systems. The Ministry of Digital Transformation of Ukraine played a leading role in this. This once again confirms the coordinated work of the state, the domestic financial sector, international financial companies and payment systems to support and develop new and convenient services for both businesses and end consumers.

Mastercard studies illustrate that the number of businesses that start accepting payment for goods or services in cashless form is gradually increasing. Thus, in 2022, 8 % of entrepreneurs started accepting cashless payments for the first time. If we take it as a whole, then 87 % of operating businesses accept payment in cashless form – through a POS terminal, to a bank account or with the help of other digital services. Digital sales channels, especially social networks, have begun to provide businesses with at least 30 % of orders and, accordingly, profits.

Another trend of collaboration between business, the state and the financial sector is the introduction of such digital services as «Diya.signature», validation and sharing of documents in application. These services allowed hundreds of businesses to forget about peripheral equipment (printers, scanners, etc.) and receive digital copies of customer documents quickly and conveniently immediately into the company's system. Financial institutions are also actively integrating sharing through Diya. For example, online sharing is already used by 15 banking institutions that have opened more than 2,5 million accounts using this service and «Diya.signature» has been integrated by more than 80 large network businesses and marketplaces.

As we can see, the financial sector, in particular, banks, especially those focused on the development of the SME segment, has not remained aloof from the digitization process. The digitization of processes described above allows the bank to serve a larger number of clients. In turn, remote service is increasingly becoming a priority request for clients, in particular SMEs. The Bank must provide the Client with the opportunity to be served remotely from any point. Starting with opening an account and remote identification, ending with signing contracts and submitting documents to the bank.

Along with remote service, the process of transitioning lending to the digital plane is no less important. To support business and the economy as a whole, it is absolutely necessary to create the simplest and affordable financing tools. Banks and financial companies that are at the forefront of fintech solutions are already beginning to actively use technologies such as artificial intelligence, big data and blockchain to make the lending process as simple as possible for both borrowers and lenders. In Ukraine, the legal framework for digital lending has already been implemented (the Law on Payment Services, the Law on Financial Services, the Law on Electronic Trust Services, the Law on Electronic Commerce, and others). Therefore, the transition to digital lending tools is no longer a distant prospect.

Digital lending will play one of the key roles in the recovery of the economy after victory. Digital lending is a process of online lending using digital technologies, which involves remote identification. This type of financing significantly simplifies the application process for borrowers, provides them with transparency and includes authentication and confirmation of the borrower's identity, after which the financial institution makes a decision on issuing or refusing a loan automatically. This is not only time saving, but also a better automated assessment of the risk of issuing a loan to a certain client.

Increasingly, there is a need among SMEs for financial mentoring, networking, expertise, business adaptation, process reorganization, and the introduction of transparent, high-quality, convenient, and fast comprehensive banking service tools. Accordingly, the question arises of updating the legislation in the field of innovative finance, regulation of the latest technologies, protection of creditor rights in digital lending, as well as the feasibility of introducing a financial ombudsman. All this will help to settle possible disputes between the client and the bank at the pre-trial stage and will improve the conditions for conducting business activities for both creditors and borrowers.

The digital financial services market in Ukraine has extremely high potential. Collaboration between the state, business associations, public organizations and the financial sector is extremely useful and will help speed up its development.

References:

1. Giulio Cornelli, Jon Frost, Leonardo Gambacorta, P.Raghavendra Rau, Robert Wardrop, Tania Ziegler: Fintech and big tech credit: Drivers of the growth of digital lending; <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378426622003223>
2. Gerald Chappell: The power of digital lending; <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/banking-matters/the-power-of-digital-lending>
3. Mstyslav Banik: Digital services are available for entrepreneurs in Diya <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/2/697617/>
4. PayPal: <https://newsroom.paypal-corp.com/2022-03-Expanding-PayPals-Money-Services-To-Help-Ukraine-Humanitarian-Efforts>

DIGITALIZATION AS A PERMANENT ELEMENT OF DEVELOPMENT

Today, new information technologies significantly change our lives and are used in almost every sphere of life. Therefore, this topic is quite relevant for study. Thanks to digitalization, it is possible to process any information without problems, which significantly speeds up work.

The undeniable success of information technologies in matters of Ukraine's sustainability determined the importance for Ukrainian communities to follow the path of digitalization [1; 2; 3].

Specialists in the digital transformation of Ukraine and Europe determine the great progress of the emotional digital movement in Ukraine. Today, the electronic health care system is the largest IT system in Ukraine, in which more than 35 million Ukrainians are registered, about 300 thousand medical and pharmacy workers work in it, and more than 900 million medical records have already been entered.

Digitization of the medical field allows for the formation of a single space of medical data, which, in turn, has a number of advantages for both patients and medical professionals.

Hundreds of thousands of people suffer from diseases in Ukraine every year (Fig. 1). All of them need qualified medical and psychological help, and sometimes just human participation, support and compassion.

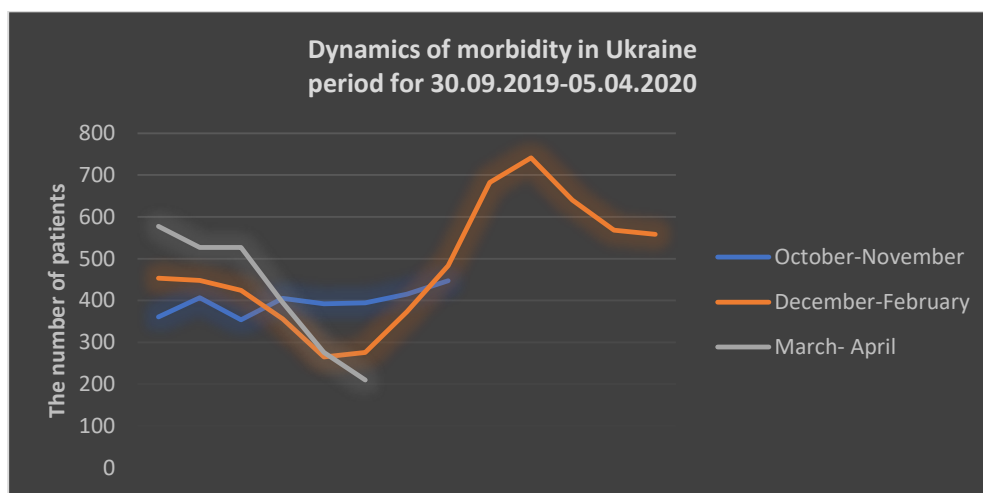


Fig. 1 Dynamics of morbidity in Ukraine [2]

A special program was developed in order not to stand in hospital queues, to be able to view medical history, get a prescription for medicine and make an appointment with a family doctor. This Helsi program is a modern, convenient and reliable electronic medical system created for patients, doctors, public and private medical institutions.

Helsi securely protects patient data. The data is stored in the De Novo data processing center, which has a certificate of a comprehensive system of information protection from the State Security Service of Ukraine. Processing of personal information of citizens takes place in the legal field of Ukraine. The medical information system automates the work of a health care institution, a doctor, a laboratory, a hospital, and the management of electronic medical records. The system has a convenient and understandable interface, helps to generate reports, has a built-in designer of forms and forms of medical documents and functionality for working under the program of medical guarantees with the National Health Service of Ukraine (NHSU).

The capabilities of Helsi include:

- automation of the registry and doctor's work;
- doctor's schedule management;
- maintenance of electronic medical records (EMC);
- accounting for medicinal products and managing payments;
- generation of reports and statistics;
- support for the DICOM format and the HL7 standard;
- designer of blanks and forms;
- intuitive web interface;

- flexible setting of access rights;
- recording of user actions;
- patient access to their electronic medical record (EMC);
- ensuring reliable encryption and data security;
- a portal with information about doctors, their appointment hours and hospital addresses;
- support for doctors and patients from the contact center.

The portal for patients makes it possible to find the right doctor and make an appointment with him online, get a consultation without queuing in the clinic and have access to your electronic medical record (with a view of diagnoses, appointments, referrals, prescriptions, results of analyzes and research).

In the personal office, the patient can view established diagnoses, doctor's recommendations, issued prescriptions and referrals, results of tests and research. He and his family doctor have access to the patient's medical data. Other doctors in any medical facility can ask the patient to access them through a password sent to the patient's phone.

For each appointment of a patient at a commercial clinic, the founders of Helsi receive a percentage of the amount of services provided. You can also buy and sell health insurance on the site. You can also purchase health insurance on the site. So, Helsi for medical facilities:

- complex automation of the work of a medical institution;
- the possibility of configuring Helsi according to the needs of the medical institution;
- functionality for participation in the reform (fixation of patients by doctors, registration of declarations with patients);
- monitoring and management statistics for managers;
- formation of current reporting and statistics.

Thus, a digital health platform connects data, people, institutions, systems and applications through a secure data exchange and communication service. Such a platform is vendor-, device-, and system-neutral, enabling standardization and supporting seamless interoperability across departments and institutions.

In the future, the platform will become the central host for a wide range of transformative programs and applications based on artificial intelligence - both created in-house and developed by partner curators [3;4]. Users will be able to access these programs through the Digital Marketplace, which scales according to demand and needs. In addition, Digital Marketplace offers state-of-the-art SaaS (software as a service) business models as well as scalable computing power.

References:

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/67-2018-p#n13>
2. Деміхов О. І. Цифрова трансформація сфери громадського здоров'я в Україні // Університетські наукові записки. 2022. №1. С.26-32. DOI: 10.37491/UNZ.79.21
3. Filipishyna L., Ivata V. Digital economy in providing a strategy for sustainable enterprise development. Міжнародна науково-практична конференція *Цифрова трансформація бізнесу: виклики і можливості для бізнесу* 9-10 вересня 2021 р. ТДАТУ м. Мелітополь, - 204 с. (С.81-84) <https://phc.org.ua/news/dinamika-zakhvoryuvanosti-na-grip-ta-grvi-v-ukraini>
4. Filipishyna L., Saforyan Y. Digital transformations and their impact on the business model. Theory and practice of modern science : collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the II International Scientific and Theoretical Conference (Vol. 1), November 12, 2021. Kraków, Republic of Poland: European Scientific Platform c.130 (C.30-32) <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/issue/view/12.11.2021/637>

OPPORTUNITIES AND PROSPECTS FOR USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR SMES

Artificial intelligence (AI) has become one of the most revolutionary technologies of our time, and its impact on the business world is hard to overestimate. While many large companies have already implemented AI in various forms to improve their operations, small and medium-sized enterprises (SMEs) have been slow to adopt the technology. However, as the potential benefits of AI become increasingly clear, the case for SMEs to adopt it is now more compelling than ever before. With this in mind, it is important to look at the existing opportunities for SMEs to use AI, identify the benefits and threats that companies may face when implementing this technology, and forecast future prospects for AI. The use of AI is an opportunity for SMEs that want to remain competitive in an increasingly digitalised economy. In addition, AI capabilities can help SMEs overcome the negative impact of the effects of military operations.

There are several different definitions of what artificial intelligence is. The most common variants are based on the following approaches:

1. Artificial intelligence explores methods of solving problems that require human understanding, which involves developing ways to solve them using analogy, deduction and induction, accumulating basic knowledge and the ability to use it.
2. Artificial intelligence explores methods of solving problems for which there are no other ways to solve or solve by other means, or they are too complex.
3. Artificial intelligence is a system that can learn and can replace human experts in the future [1].

In summary, artificial intelligence (AI) can be understood as a type of technology that allows machines to learn and make decisions like humans do. It involves the creation of computer programmes that can analyse data, recognise patterns and make predictions based on this information.

At the current stage of development of the digital economy, AI has already demonstrated its ability to significantly influence socio-economic processes and make fundamental technological shifts, the results of which are used by economic entities. Examples of AI use today include automated production systems; expert systems and databases; machine translation; technologies for recognising objects from long distances and identifying consumers of certain services by appearance and voice; collecting and analysing satellite data; using spam filters in email; systems for identifying «pirate» bots; technology for offering advertising individually to each Internet user by filtering their search queries; creating «smart» watches, fitness bands, and other devices [3].

The most common use case for AI for SMEs is chatbots. Chatbots are computer programs that use natural language processing and machine learning to simulate a conversation with humans. They can be integrated into messaging platforms or websites and programmed to answer frequently asked questions, provide customer service and support, and even make sales. Chatbots can also collect customer information and feedback, allowing SMEs to improve their products and services. In addition, chatbots can work 24/7, handling multiple requests at once, and they can scale quickly to meet demand, saving time and money.

In the marketing sector, AI is often used to solve tasks related to customer personalisation and advice, intelligent customer service, advertising personalisation, real-time ad targeting, customer and stakeholder segmentation, consumer sentiment research, web design automation, etc. [1]. AI can help SMEs optimise their marketing efforts by analysing customer data and targeting ads to the right audience. AI-powered marketing tools can be used to analyse customer behaviour, preferences, and buying habits, allowing SMEs to tailor their marketing messages and reach potential customers more effectively.

The use of AI is one of the most effective methods of detecting fraud. AI can be used to detect fraud, such as credit card fraud or identity theft. By analysing patterns and anomalies in customer data, AI can detect suspicious transactions and alert SMEs to potential fraud. AI can also learn from historical data, becoming more accurate and efficient over time. This can save SMEs money and reduce the risk of reputational damage due to fraudulent activity.

The introduction of AI components in the accounting system allows for the rapid processing of large amounts of information, which is its main advantage. Some financial and audit companies already use systems with AI components [2]. Also, AI can automate repetitive tasks such as data entry, invoicing, and inventory management, allowing SMEs to increase their efficiency. For example, AI-powered invoicing software can automatically create and send invoices, reducing the risk of errors and saving time.

AI can help SMEs make more informed business decisions by analysing data and predicting future trends. AI-powered technology can quickly analyse large amounts of data, identifying patterns and trends that analysts may miss. Using AI as an additional tool in strategy development can be a significant advantage for SMEs.

AI can optimize supply chains by analyzing inventory, demand and logistics data. Logistics is one of the areas where large companies have been successfully using AI for a long time, but the use of AI can also be effective for SMEs. AI is able to perform a variety of complex tasks in real-time (almost instantaneously) taking into account a large number of parameters, for example: building optimal routes, finding the optimal use of vehicles, selecting a supplier, efficiently placing products in warehouses, using IoT to track traffic and make decisions in real time mode; forecasting needs for various resources, finished products, warehouses, demand for products in various aspects; solving problems of the last mile and creating an action plan in emergency situations [4]. One of the problems in logistics is uncertainty when making managerial decisions, which became acutely important in the wartime period. With the help of AI, taking into account uncertainty and acting quickly in emergency situations becomes much easier and more effective because AI is constantly evolving, receiving and accumulating new experiences in different situations.

Thus, the use of AI can provide many benefits to SMEs, such as automating tasks, increasing productivity and accuracy of operations, improving decision-making through big data analysis, reducing running costs, improving customer service, facilitating innovation and growth, and more. By using AI technology, SMEs can optimize their operations, better use their resources and improve overall productivity, which can lead to increased profitability and success in their respective markets.

SMEs looking to incorporate AI into their operations should consider a number of disadvantages that businesses may face at the current stage of technology development:

1. AI can be expensive to implement and maintain, which can be challenging for SMEs with limited budgets, and additional investment in specialised staff or training may be required to effectively manage AI systems.

2. There is currently no regulatory framework in place for AI. There is no answer to the question "Who will be responsible for AI errors: the designer, the developer who created the algorithm, or the employee who did not check the result?" Therefore, when implementing AI technology, entrepreneurs should consider the list of liabilities in such situations on their own. [1].

3. Emergence of new threats in the field of digital security. New technologies can reduce cyber risks by better detecting attacks, but, on the other hand, they can also increase their probability.

4. Poor quality and rapid obsolescence of source data can be an obstacle to the use of artificial intelligence in some SMEs.

5. The use of AI is directly linked to the Internet, and therefore a sudden power outage, which is a real fact of current Ukrainian practice, can lead to data loss [2]. There is also a potential threat to AI systems when servers or other critical components are destroyed or malfunction.

The outlook for AI for SMEs is promising. As AI technology becomes more accessible and affordable, SMEs are increasingly able to take advantage of its benefits to streamline operations, rationalise business strategies, and improve customer experience. With AI, SMEs can automate repetitive tasks, make better use of data to drive decisions, and gain a competitive advantage in their respective markets. Additionally, AI can help SMEs reduce costs, increase opportunities for innovation and growth, and improve overall productivity. While there are potential challenges and risks associated with the use of AI, the benefits for SMEs are significant and can help them succeed in today's digital economy.

References:

1. Кузьомко, В.М., Бурангулова, В.В. Можливості використання штучного інтелекту в діяльності сучасних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. №32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-67>
2. Filipishyna L. E-government as a tool of public administration. *Причорноморські публічно-правові читання, матеріали Міжнародної наукової конференції*, Миколаїв, 10-12 вересня 2021 р. – Миколаїв: Видавничий дім «Гельветика», 2021. – Ч.1. – 212с.(С.173-176)
3. Filipishyna L., Saforyan Y.A. Digital transformations and their impact on the business model. Theory and practice of modern science : collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the II International Scientific and Theoretical Conference (Vol. 1), November 12, 2021. Kraków, Republic of Poland: European Scientific Platform с.130 (C.30-32) <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/issue/view/12.11.2021/637>
4. Скіцько В.І. Штучний інтелект у логістиці: виклики та можливості. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці*: матеріали VIII міжн. наук.-метод. конф. (Чернівці, 20-21 квіт. 2023 р.). Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. С. 145-147

L.M. Filipishyna, Doctor of economic sciences, professor
Department of Economics, Accounting and Entrepreneurship
V.V. Tarasiuk, higher education student
Admiral Makarov National Shipbuilding University, Mykolaiv

KEY TRENDS OF DIGITAL COMMERCE IN UKRAINE AND WORLDWIDE

The field of e-commerce in 2021 showed unprecedented growth - experts emphasize, first of all, a real breakthrough in the minds of customers. If earlier online purchases using mobile applications were a priority of buzzers, now representatives of the older generation have been attracted to them and an audience aged 25-40 has been added. The key advantages of this field were and remain simplicity, speed, convenience and safety. If earlier purchases on the Internet were made mainly by young people aged 18 to 23 years, now goods and services are actively ordered online by a different age category of users: from 25 to 45 years old. This trend is developing thanks to the efforts of marketers, who are increasingly focused on increasing the age threshold. Another interesting trend is shopping through smartphones, not laptops or desktops. Such mobility and the ability to place an order anywhere and at any time catalyzes the development of the e-commerce market.

For e-commerce companies, it became a signal to expand the product line, improve logistics / service / payment and prepare for tough competition.

An analysis of the global experience of digital transformation of industry confirms that leading in this direction are such concepts as Industry 4.0 (Industry 4.0), Smart Manufacturing, Digital Manufacturing, Internet of Manufacturing, Open Manufacturing (Open Manufacturing). According to estimates by the World Economic Forum, digitalization has enormous potential for business and society over the next decade and could provide an additional over \$30 trillion. US income for the world economy during the next 10 years (until 2025) [1]. The Verkhovna Rada of Ukraine (end of summer 2022) has submitted draft laws on: improving management in the field of electronic communications, ensuring conditions for the development and restoration of electronic communications networks, access to construction facilities, transport, and power engineering [2].

The introduction of new digital payment services and the expansion of existing ones remained as important trends in 2022 as in previous years, as the demand for digital commerce continued to grow. Whether it's an e-commerce or retail business, more and more people are using contactless payments, digital wallets and other digital methods to make purchases. In the article, we will consider which new payment methods appeared and gained popularity in the world in 2022.

Merchants continue to expand the range of payment methods to meet customers' needs for modern, convenient and flexible payment options. If in 2021, 38 % of surveyed sellers reported expanding the range of digital payments, then in 2022 – 53 %. Among the new methods implemented by traders:

- 60 % – added digital wallets
- 60 % – payments using a QR code
- 51 % – introduced digital invoices.

Experts estimate that by the end of 2022, 4.4 billion consumers will have made purchases using digital wallets, accounting for 52 % of e-commerce payments worldwide.

In 2023, 1.6 billion global consumers are predicted to pay with digital wallets at the point of sale (POS), accounting for 30 % of total POS payments. In Ukraine, the share of digital payments with NFC gadgets using Mastercard cards already reaches more than half of all non-cash payments in physical retail.

China's experience shows how popular QR code payments can be – in the country, the rate of use of this payment tool is 70 %, while, for example, in Japan – only 8 %. The market is predicted to grow significantly in all countries over the next few years, with QR code payment users expected to exceed 2.2 billion by 2025, accounting for 29 % of all mobile phone users worldwide.

QR codes offer merchants and customers many advantages: payment speed, cost reduction, convenience. They also allow merchants to create additional value for their customers by combining payments and a loyalty program in a single solution. This ensures a seamless purchase process.

As of the third quarter of 2022, only one-sixth of the operations in the retail network in Ukraine were carried out with the physical reading of data from the card carrier - the rest of the operations were contactless. The relevance of the contactless trend is growing year by year, at the same time, as mentioned above, entrepreneurs need alternative solutions for accepting payments without special equipment, using only a smartphone.

The trend towards the expansion of payment services and digital transformation over the past two years has become relevant for all businesses, regardless of their size and specialization. Moreover, it is now a survival strategy in a rapidly changing world that demands equally rapid changes from market participants.

So it is clear that the direction of digital payments will continue to develop in 2023, probably even more dynamically than before.

The main e-commerce trends that determined the development of the industry in 2021–2022 and, most likely, will not lose their relevance, were: short-term forecasts; automation; permanent accounting and control of communication with clients; the effect of presence on the Internet, which feels close to offline stores; developed customer service; analytical tools of companies' activities and capabilities; – promotion in social networks, through e-mail, native advertising and media publications; new technologies and training; self-determination and identification of the company in the market; measurability of tools and indicators; business relations of a new level (offline events as a premium component of communication).

The digital economy is not possible without the IT sphere, because it is aimed at the use of a wide range of services or goods provided by IT companies, including online trade, e-government, etc. This, in turn, prompts the improvement of all means of information systems on the basis of new promising technologies [3]. In today's environment, companies pay more and more attention to e-business, directing investment flows to e-business and accumulating human and financial resources to ensure its effective operation. Electronic business is an electronic economic activity in which business processes, exchange of business information and commercial transactions are automated using information systems and the global computer network Internet [4]. E-business is a super-dynamic, rapidly developing industry based on such technologies as network technologies; corporate; Internet technologies; industrial IT; decision support systems, expert systems, etc.

References:

1. The digital transformation of industry (A European study commissioned by the Federation of German Industries (BDI) and conducted by Roland Berger Strategy Consultants). URL: http://bdi.eu/media/user_upload/Digital_Transformation.pdf (the date of access: 03.05.2023)
2. Електронна комерція-2022: на що варто звернути увагу українським компаніям. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/793857.html> (дата звернення 04.05.2023)
3. L. Filipishyna, K. Filipishyna Digitization and its importance in Development of the state, Business / Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю : матеріали IV Міжнар. наук. – практ. конф. (м. Полтава, 20-21 квітня 2022 р.) / за ред. проф. Пилипенко К.А. Полтава : ПДАУ, 2022. 428 с.
4. Михелєв І.Л., Тарасов І.В., Філіпішина Л.М. Система електронного голосування з застосуванням технології блокчейн. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку*: матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ; Тарту, 07 лютого 2022 р. / за ред. Є.О. Романенка, І.В. Жукової. Київ; Тарту: ГО «ВАДНД», 2022. 493.
5. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять [Електронний ресурс] / Д. Д. Євтушенко // Бізнес Інформ. 2014. № 8. С. 184-188. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_8_33 (дата звернення: 04.05.2023).
6. Цифрова комерція у світі: ключові тенденції в 2022 та перспективи у 2023. URL: [https://fintechinsider.com.ua/czyfrova-komercziya-u-sviti-klyuchovi-tenden cziyi-v-2022-ta-perspektyvy-u-2023/](https://fintechinsider.com.ua/czyfrova-komercziya-u-sviti-klyuchovi-tenden-cziyi-v-2022-ta-perspektyvy-u-2023/) (дата звернення 04.05.2023)

Ganna Iefimova, Doctor of Economic Sciences, Professor

Vlada Lazarenko, Master's student

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

Mykolayiv, Ukraine

THE INFLUENCE OF EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES ON THE DIGITALIZATION OF THE ECONOMY OF UKRAINE¹

For today the digitalization of the economy, which is characterized by the development of the electronic information environment and the latest technologies, is gaining more and more importance. Currently, Ukraine is the only European country that does not have enough of its own digital resources to fully transition to a digital economy platform. One of the defining reasons for slowing down this process is a full-scale war, which causes constant costs to the national economy and the process of its transformation into a new digital space.

The emergence of the digital economy undoubtedly brings many advantages and, above all, numerous multiplier effects when all production chains are combined into a single system. During the transition of the economy to digitalization, traditional business principles and norms established for information technologies, marketing complexes, accounting and management systems are undergoing significant changes. It is also important to note that digitalization offers many benefits for national economic development. The latest technologies, intelligent programs and other innovations in the digital economy make it possible to significantly improve the quality of service and solve problems in various areas of business.

Digital transformation of the economy means the integration of digital technologies into all spheres of economic activity. This integration leads to fundamental changes.

Thus, digitalization of the economy allows [1]:

- 1) optimize business processes;
- 2) create new products and services thanks to Internet of Things technologies, virtual reality, cloud services and artificial intelligence;
- 3) to save money by saving personnel due to automation and robotization of business processes;
- 4) offer completely new business solutions: new insurance models, peer-to-peer systems, alternatives to banking services, mobile educational applications, individual targeting of online buyers and personal advertising.

It is worth noting that the main goal of digitization is the digital transformation of existing and creation of new sectors of the economy, as well as the transformation of spheres of life into new, more efficient and modern directions. The digital economy is based on information, communication and digital technologies, and its rapid development and spread is already affecting today's traditional economy, transforming it from a resource-consuming economy to a resource-creating economy. The digital society, and especially the digital economy, is a modern trend that significantly changes the structure of professional management in society and requires immediate preparation for these changes.

The process of digitalization of Ukraine's economy was rapidly developing before the war, and the Ministry of Digital Transformation and the Ukrainian IT community intensified their efforts since the beginning of the war. In 2021, IT exports of Ukraine increased by 36 % compared to the same period last year and amounted to 6,8 billion USD or 10 % of total exports. In the first quarter of 2022, the export revenue of the IT export segment amounted to 2 billion USD. The war devastated the sector, but growing international interest may open up significant opportunities for future development [2].

Participation in the «Digital Europe» program is an important tool for the digitalization of Ukraine's economy in the context of European integration processes. The Digital Europe program launched in 2021 (after a prolonged period of COVID-19) aims to accelerate the economic recovery and digital transformation of Europe. The program is aimed at the development of advanced digital skills, the implementation of digital skills in business activities, the development of digital infrastructure and the provision of digital services for citizens and authorities in the European Union (EU) and other countries that participated in the program. The «Digital Europe» program contributes to the achievement of two strategic goals of the EU: «green transformation» and digital transformation, and also provides for strengthening sustainability and strategic autonomy. The «Digital Europe» program is one of the strongest sources of funding to which Ukraine already has access [3].

It should be noted that in September 2022, Ukraine and the EU signed an Agreement on Ukraine's participation in the EU program «Digital Europe» (2021–2027). This program contributes to the digitalization of European countries in various directions. To participate in the program, the country must make a donation. However, the EU waived payments to Ukraine for 2022 and granted a 95 % discount on tax contributions for 2023–2027.

¹Within the project «Digitalization of the economy as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan» (DigEco) 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE- JP

Project financing under the «Digital Europe» program works in five main directions: high-performance computing; artificial intelligence, data and cloud services; advanced digital technologies; ensuring wide use of digital technologies in business and society; cyber security (for EU member states only) [3].

It is worth noting that in the long-term perspective of the digitalization of the economy (2026-2032), Ukraine can focus on building a reliable data infrastructure to measure the digital economy to support evidence-based strategies. With this in mind, Ukraine may consider integration into the European Statistical System (ESS), which aims to provide a benchmark to support evidence-based policy [2].

As part of ensuring a smooth process of digitalization of the economy, it is planned to implement the following measures [4]:

1) reduce the regulatory and administrative burden for business and introduce new support tools for small and medium-sized businesses by introducing a list of tools for regulating market access based on a risk-oriented approach, integration and digitization of tools;

2) expand access to sales markets for products with high added value, in particular, ensure full access to the G7 and EU markets by ensuring the transition to an innovative economy using digital technologies, in particular through:

- development of innovative priorities to ensure the transition to an innovative economy;
- development of innovative economic technologies;
- development of a system of promoting the innovative development of the economy through innovative priorities, tax benefits for start-up entrepreneurs and targeted (priority) lending to areas of innovative development;
- improvement of the intellectual property protection system.

The formation of the digital economy in Ukraine involves the establishment of a fundamentally new innovative socio-economic level of development, at which there is a transition from the primary processing and consumption of material elements (substance and energy) to the production and consumption of information. At this stage, restructuring is expected not only on the production side, but also on social institutions, especially economic relations and business models.

Therefore, the results of the conducted research allow us to note the gradual transition of the national economy into the digital space with regard to European integration aspects. Despite the state of war, the digital transformation and development of the digital economy in Ukraine continues and is being updated. Work is underway to institutionally support these developments and create conditions for managerial innovations. A special role in this process is played by Ukraine's participation in the «Digital Europe» program, the purpose of which is to accelerate the economic recovery and digital transformation of each of the participating countries.

The study showed that in the conditions of digitization of the business economy, it is necessary to invest significant funds in the development and creation of digital platforms. In the conditions of the digital economy, relevant areas of business management are cooperation and convergence, cyber security, digital competence and the development of digital skills.

References:

1. Ukrajinskijj instytut majbutnjogho (2018). Ukrajina 2030E – krajina z rozvynutoju cyfrovoju ekonomikoju [Ukraine 2030E is a country with a developed digital economy]. Available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoju-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (accessed 22.04.2023).
2. OECD (2022). Digitalisation for recovery in Ukraine. Available at: <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/digitalisation-for-recovery-in-ukraine-c5477864> (accessed 22.04.2023).
3. Fedorak, V. (2023). Jak vzjaty uchastj u Prohrami «Cyfrova Jevropa»: pryklady projektiv, vidkryti konkursy, pidghotovka projektnoji zajavky [How to participate in the «Digital Europe» Program: examples of projects, open tenders, preparation of a project application]. Decentralizacija. Available at: <https://decentralization.gov.ua/news/16008> (accessed 22.04.2023).
4. Proekt Planu vidnovlennja Ukrajiny. Materialy robochoji ghrupy «Vidnovlennja ta rozvytok ekonomiky» [Project of the Recovery Plan of Ukraine. Materials of the working group «Recovery and development of the economy»]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennja-ukrayini-vid-naslidkiv-vi-jni-robochi-grupi> (accessed 22.04.2023).

THE ESSENCE OF DIGITALIZATION IN THE MODERN DEVELOPMENT OF SOCIETY

Digitization, which is a wide range of digital technologies and tools, has become an integral part of today's world, where computers, the Internet, mobile devices and other technologies are necessary tools for many aspects of life, from education and medicine to economics and entertainment. Digital technologies make it possible to effectively interact with other people, gain access to various information, automate production processes and raise the standard of living of the population. The importance of digitalization lies in the fact that it provides ample opportunities for innovative development and competitiveness of modern societies, which contributes to increased productivity, improved quality of life and reduced distances [1].

However, successful use of digital technologies requires people to understand digital literacy, which includes knowledge about technology, its application and protection against digital threats. Therefore, it is necessary to continue investing in digital technologies and developing digital literacy to ensure the stable and sustainable development of a digital society that can effectively take advantage of the digital age to achieve positive socio-economic and cultural change [2]. The connection of digital technologies with various aspects of people's lives is growing every day. Digitalization plays an important role in improving communication and interaction between people, contributes to increasing the quality and efficiency of work in various sectors of the economy, and also provides easy access to information and the reduction of geographical barriers [3].

Digital technologies allow people to find new opportunities in various areas of life, such as education, medicine, entrepreneurship and culture. Thanks to digital transformation, it is possible to reduce distances between different regions and countries, provide access to various information and services that were previously unavailable. Digitization has become a key component in the economy, where digitization of processes and the development of information technologies lead to the creation of new markets and business opportunities. Digital tools help to optimize business processes, interact with customers and partners at a new level, and increase work efficiency. In the field of medicine, digitalization allows storing and processing large arrays of medical data, which allows developing new methods of diagnosis and treatment, increasing the level of medical care and maintaining people's health.

In addition, digital technologies help improve the quality of life of the population. With the help of various applications and services, you can make various purchases and payments using a smartphone, as well as interact with other people using social networks and messengers. In addition, digital technologies enable quick and convenient access to entertainment materials that improve people's quality of life and leisure time [4]. However, while digital technologies help to solve many problems and improve the quality of life, they also have their own risks and dangers. Digital technologies can be used by criminals for crimes such as identity and financial theft. In addition, health problems, in particular with vision and psyche, may occur due to the use of electronic devices for long hours.

In general, digitalization has a significant impact on modern society and its role cannot be overestimated. Digital technologies help to improve the efficiency and quality of work, facilitate interaction and communication between people, reduce geographical barriers, increase the level of accessibility to information and services, and also ensure the development of the economy and innovative development. However, it is necessary to understand that certain risks are associated with digital technologies, so it is necessary to observe safety measures and use them wisely [3].

Digital technologies are associated not only with improving work efficiency and information availability, but also with reducing environmental impact. Digital technologies make it possible to reduce the consumption of paper and other resources, reduce the number of trips and reduce emissions into the atmosphere by replacing physical meetings with video conferences and other digital tools [2]. In addition, digital technologies have great potential in the field of electric mobility and the use of alternative energy sources, which is an important step in reducing dependence on oil and reducing CO₂ emissions. Thanks to digital technologies, the possibility of ensuring people's safety and health is increasing. For example, digital monitoring systems can facilitate faster detection of potentially dangerous situations and provide prompt assistance in case of emergencies [4]. Digital technologies can also be used to preserve and promote cultural heritage, which is an important component of national identity and the development of the country's cultural and educational potential.

However, along with the development of digital technologies, a number of new challenges arise, such as an increase in the number of digital attacks, cyberbullying and violations of user privacy. Therefore, it is important to ensure data protection and develop effective mechanisms to protect users from digital threats [3]. In conclusion, it can be argued that digital technologies have great potential in ensuring efficient operation and availability of information, as well as in reducing environmental impact, improving human safety and health, and preserving and promoting cultural heritage. However, their development is also associated with an increase in the number of digital threats, so it is important to ensure the protection of data and users from digital attacks and privacy violations.

References:

1. The digital transformation of industry (A European study commissioned by the Federation of German Industries (BDI) and conducted by Roland Berger Strategy Consultants). URL: http://bdi.eu/media/user_upload/Digital_Transformation.pdf (the date of access: 03.05.2023)
2. Filipishyna L. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development* : Mater. of Intern. scien.-prac. conf. May 25-26. / ed. O. Khadzhyanova et al. / SHEI «PSTU». – Mariupol : PSTU. 2021. – 307 p. P. 194-196.
3. Liliya Filipishyna. Viktoriya Gonchar. Oleksii Bohachov Research of its influence on the price perception // Economics. Ecology. Socium, Vol. 4, No.2, 2020 (p.40-51) <http://surl.li/hstvt>
4. Shakhno A. Digitalization of business processes in times of crisis / A. Shakhno // TNTU. – 2022 [Electronic resource]: <http://surl.li/hstvt>.

DIGITALIZATION OF BUSINESS IN UKRAINE

Digitalization of business in Ukraine has become a necessity in today's environment, when the effective use of digital technologies is one of the key factors in the competitiveness of enterprises in the market. Digitalization encompasses the use of various tools and solutions that allow businesses to automate business processes, use new sales and marketing methods, and ensure more effective control over their operations.

One of the most important components of business digitalization is the opening of online stores and online platforms that allow businesses to attract customers from all over the world and expand their markets. In this context, it is important not only to have an e-commerce platform, but also to use marketing and data analytics tools to attract more customers and increase sales. In addition, business digitalization allows enterprises to automate most business processes, which reduces manual labour and increases efficiency. For example, the use of automated customer management systems (CRM) allows businesses to keep in touch with customers and obtain more detailed information about their needs. Business digitalization also allows for more effective control over the company's finances and resource management. For example, the use of cloud technologies allows you to store data in secure storage and provide quick and convenient access to this data from anywhere in the world. In addition, the use of electronic document management systems can reduce paper costs and reduce the time required to process documents.

A striking example of business digitalization is the Diia app and web portal, which allows every Ukrainian citizen to open a sole proprietorship in just a few clicks, instead of wasting time submitting all the necessary documents on their own. Another useful platform is ProZorro, which allows you to participate in tenders in a convenient way, or to organize your own. Business digitalization has been happening before, as most companies have started using electronic document management, which is much more convenient than paper. Another aspect was the use of qualified electronic signatures (QES), which can be used to conveniently sign the necessary documents and thus protect them.

In addition, it is worth noting that most industries have their own applications that they use to improve the efficiency of their operations. Such applications are used in industry, construction, agriculture, trade, management, banking and finance, and many others [3]. Digitalization leads to the need for changes in the tasks of enterprise management, among which are the following: changing business processes based on the latest digital technologies; ensuring a high level of knowledge of management and specialists in the field of modern technologies; increasing readiness for changes and challenges in the environment.

The Covid-19 pandemic and the need to comply with quarantine restrictions have become a powerful driver for digital transformation, including in Ukraine. The need for technologies that enable remote work, such as secure remote access, video conferencing, cloud services, virtualization and customized software (SAAS), has increased significantly [2, p. 3].

However, the digitalization of business in Ukraine also faces a number of problems and challenges. Insufficient infrastructure and access to fast internet in many regions of the country can be an obstacle to the use of digital technologies. In addition, a large number of small and medium-sized enterprises may have limited access to financial resources to implement new technologies [1, p. 207]. The Ukrainian government has already taken steps to support the digitalization of business in the country, including by reducing regulatory pressure on innovative projects and introducing tax incentives for companies using digital technologies. However, more active cooperation between the government, business and academia is needed to stimulate the development of the digital economy in Ukraine.

As a result, digitalization of business in Ukraine is a key factor in competitiveness and efficiency. Digital technologies allow businesses to automate business processes, increase productivity and reduce costs. At the same time, the use of digital technologies helps businesses to be more flexible and adaptive to changes in the market. Although the digitalization of business in Ukraine faces a number of challenges, it is a prerequisite for the successful development and growth of the country's economy [4].

Thus, companies that actively implement digital technologies will be able to be more competitive and successful in the market. The Government of Ukraine should continue to stimulate the development of the digital economy, provide access to the latest technologies, and develop the necessary infrastructure to support businesses in the digital era. Thus, Ukraine will have the opportunity to take its rightful place among the countries that are actively developing the digital economy and using digital technologies to increase their competitiveness in the global market.

References:

1. Shakhno A. Digitalization of business processes in times of crisis // TNTU. – 2022 URL: <http://surl.li/hstvt>.
2. Yatsenko V.V. Digitalization - a modern factor in the development of business processes / V.V. Yatsenko // Effective economy. – 2022 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2022/202.pdf.
3. Filipishyna L.M. Evaluation of the development of the digital economy. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development* : Materials of Intern. scien.-prac. conf. May 25-26 / ed. O.Khadzhynova et al. – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p.
4. Filipishyna L.M. Digital industry in Ukraine: state and prospects *Авіація, промисловість, суспільство* : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кременчук, 12 трав.) : у 2 ч. – Харків : ХНУВС, 2021. – Ч. 2. – 556 с.

K.Orlova, PhD in Economics, As. Prof.,
Associate Professor of the Department of Management, Business and Marketing Technologies
Zhytomyr Polytechnic State University

DIGITAL TOOLS IN BUSINESS MANAGEMENT

The growth of today's challenges, associated with intensifying competition, instability, and uncertainty of the external environment, necessitates the transformation of existing business management mechanisms. The main emphasis during such a transformation should be on increasing the efficiency, flexibility, and relevance of managerial decisions. The implementation of digital technologies and tools in business activities is an important direction of achieving such goal.

It is worth noting that the modern IT industry offers a wide range of business solutions. Let's consider some of the most common of them.

1. ERP systems. ERP systems ensure the integration of all business processes of the enterprise, from procurement to the sale of products and services. Modern ERP systems provide a significant number of advantages for business, in particular: provide strategic planning and communication between all departments; increase the efficiency of logistics activities and inventory management; improve processes of interaction with customers and sale of products / services; optimize financial activities and work with personnel. It is worth noting that developers of software products offer customization services, so a specific set of solutions included in the ERP system can be adjusted to the needs of a specific enterprise.

2. CRM systems. A separate important direction of business digitalization is the use of CRM systems to improve interaction with consumers. CRM systems provide an opportunity to maintain contacts with consumers, to analyze sales and payment processes, to optimize business processes in the relevant field. The use of CRM systems in business activities provides an opportunity to improve the customer experience and improve the quality of interaction with consumers.

3. Information systems of accounting and reporting. Provide accounting, systematization, and summarization of all data on business activities. Modern IT products in this sphere also provide opportunities for the formation and submission of reports to regulatory bodies, the formation of internal managerial reporting for the needs of decision-making and decisions substantiation.

4. Cloud services. Today, there is a significant number of cloud services that offer storage and easy access to information from any device and at any time. At the same time, protection protocols allow to provide the data security, simplifying and increasing the efficiency and effectiveness of information circulation.

5. IT solutions for analysis, in particular big data management tools. The growing rate of globalization leads to the increase of data and information to be analyzed and taken into account while substantiating the managerial decisions. At the same time, a quick response or reaction is often needed, which determines the necessity for improvement of the analysis tools. As of today, there is a wide range of different analytical tools which enable quick processing of the data and the opportunity to form relevant and expedient decisions.

6. AI (artificial intelligence) technologies. The growth of the role of AI leads to the expansion of the range of opportunities for its use, including in business. Artificial intelligence can be used to optimize business processes, solve problematic tasks, predict consumer behavior and a number of other tasks.

7. Communication technologies. Modern business functions in the conditions of the information society, which determines the importance of communication channels and ensuring interaction with all counterparties and stakeholders. Considering the needs and specifics of the activity, business subjects can use various channels and communication management tools to ensure the optimization of business processes.

The specified solutions are common in business, at the same time, each business entity can use its own set of digital tools that ensure increased efficiency. In general, the use of digital tools provides such advantages as cost optimization, increasing the efficiency and validity of managerial decisions, improving communication, and optimizing business processes. The efficient implementation of digital technologies in business activity is capable of creating positive effect and competitive advantages.

References:

1. Appio F. P., Frattini F., Petruzzelli A. M., Neirotti P. Digital Transformation and Innovation Management: a Synthesis of Existing Research and an Agenda for Future Studies. *Journal of Product Innovation Management*. 2021. Vol. 38, Is. 1. Pp. 4-20. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jpim.12562>.

FORECAST OF CHANGES IN CAPITAL MOVEMENT IN IT INDUSTRY OF UKRAINE

The relevance of scientific research is related to the growing role of IT enterprises in the modern economy of Ukraine, which is resulted in the generation of foreign currency income from the export of products, the payment of taxes and fees, the creation of high-paying jobs and opportunities for starting and running one's own business without significant initial capital investments.

According to the data of the State Statistics Service, the total revenue of the industry's enterprises in 2021 amounted to UAH 123.090 billion and grew during 2010-2021 by an average of 35% every year. This value of growth has been used to forecast the amount of revenue under the base scenario, as well as, for the forecast under the pessimistic and optimistic scenario, this value has been adjusted by 2 standard deviations.

The development of the forecast was based on the assumptions that:

- 1) the level of turnover of assets in 2022-2024 will correspond to the actual level of 2021;
- 2) an increase in the size of assets, which indicates a financing deficit and will be covered by debt capital;
- 3) reducing the size of assets, causing an outflow of equity (owners invest their costs in other areas of activity).

The corresponding calculations are given in Table 1.

Table 1.

Calculation of capital deficit/surplus of IT enterprises of Ukraine
in 2022-2024 (compared to 2021)

Year	Increase in revenue of industry enterprises	Expected volume of revenue, thousand UAH	Expected size of assets, thousand UAH	Expected deficit / surplus of capital of enterprises	Expected share of debt capital, %
2021 (fact)	41 %	123089774	14070487840	0	44 %
Pessimistic scenario					
2022	2 %	125785404	47883964	-1026172	46 %
2023	2 %	128540067	48932609	-2074817	47 %
2024	2 %	131355057	50004218	-3146427	48 %
Basic scenario					
2022	35 %	165844242	63133555	-16275763	59 %
2023	35 %	223449209	85062603	-38204811	69 %
2024	35 %	301062904	114608569	-67750777	77 %
Optimistic scenario					
2022	67 %	205903080	78383146	-31525354	67 %
2023	67 %	344432174	131118375	-84260583	80 %
2024	67 %	576161962	219333227	-172475435	88 %

Source: authors' calculations based on data from the State Statistics Service for 2010-2021.

Based on actual data (Table 1), we have found that that:

- according to the pessimistic scenario, the resources available at the end of 2021 will be more than enough until 2024, and due to the outflow of equity capital, the share of debt capital will increase to 47,85 %;
- according to the base scenario, the resources available at the end of 2021 will be more than enough until 2024, and due to the outflow of equity capital, the share of debt capital will increase to 77,25 %;
- according to the optimistic scenario, the resources available at the end of 2021 will be more than enough until 2024, and due to the outflow of equity capital, the share of debt capital will increase to 88,11 %.

References:

1. Polchanov A. Y., Vyhovska N. G., Ostapchuk T. P., Diachek S. M. Profitability determinants of companies in IT industry: case of Ukraine. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2023. Issue 2. PP. 190–196. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-2/190>
2. Виговська Н. Г., Полчанов А. Ю., Довгалюк В. В., Полчанов О. Ю. Фінансове планування діяльності підприємств сфери ІТ. *Ефективна економіка*. 2022. Вип. 12. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.7>

T.Zavaliy, PhD, Senior Lecturer, Department of Management, Business and Marketing Technologies

Zhytomyr Polytechnic State University

O.Khadzhinov, Educational program «Industrial mechanical engineering» 1st year

Pryazovskyi State Technical University

TRADITIONAL MARKETING IS GIVING WAY TO DIGITAL MARKETING

The contemporary vision of marketing as an open and adaptive system cannot be imagined without digital channels through which the attention of network users is engaged. That is why researchers are currently paying close attention to digital marketing. The question of the role of traditional marketing in today's marketing practice, the effectiveness of transferring the principles of traditional marketing to the digital sphere and understanding the concept of coexistence or interpenetration of traditional and digital marketing – all these questions are open for research. Traditional marketing is associated with «yesterday», but similar methods are still used today – advertising in newspapers and other print media, billboards, mail ads, television and radio ads.

An example of traditional marketing is the catalog industry. Catalog industry as a method of promoting business by mailing sales literature – catalogs – directly to prospective customers and encouraging them to purchase products and services via mail, fax or phone orders. The catalog industry has come a long way since 1872 in the United States, when Montgomery Ward published a one-page list of clothing items that could be purchased by mail [2]. By 1989 100,000 companies were distributing more than 13 billion catalogs with more than 30 million catalogs in the mail every day. Currently, this type of conveying information about goods in order to buy them has moved from a real form (printed products) to a digital format (online catalogs).

Digital marketing involves marketing to consumers through digital channels, including websites, mobile devices, and social media platforms. It helps an organization appeal to a much larger audience than it could through the traditional marketing methods because the reach of the internet is worldwide. Digital marketing has become more complex because of the various new communication channels that have emerged, but also in terms of the analysis required to make sense of customers, prospects and their preferences.

Therefore, the question arises how is it better with digital marketing or without digital marketing? According to Philip Kotler «Marketing 4.0: Moving from traditional to digital», digital marketing is not meant to replace traditional marketing. Instead, the two should coexist with interchanging roles across the customer path. In the early stage of interaction between companies and customers, traditional marketing plays a major role in building awareness and interest. As the interaction progresses and customers demand closer relationships with companies, digital marketing rises in importance. The most important role of digital marketing is to drive action and advocacy. Since digital marketing is more accountable than traditional marketing, its focus is to drive results whereas traditional marketing's focus is on initiating customer interaction [1].

Digital marketing has a number of undeniable advantages over traditional marketing. First, the costs of digital marketing are much lower than traditional methods of promotion, such as television or billboard advertising. Secondly, digital marketing has no borders, that is, it is aimed at a global audience. Third, digital marketing enables personalization through targeted advertising. Fourthly, digital marketing doesn't require a physical presence to sell products and services online. Fifthly, digital marketing typically provides quick and real-time marketing results, enabling companies to streamline and refine their strategies to generate maximum profit and revenue.

It will probably not be entirely correct to compare traditional marketing in the realities of the 1990s and 2000s with today's digital marketing due to different conditions and opportunities for marketers. Therefore, it is necessary to talk about traditional methods in marketing in a modern context: researchers should be interested in those methods of traditional marketing that, by changing formats and adapting to current requests, can withstand competition with digital promotion formats.

Digital marketing should not be considered as a replacement for traditional marketing, but as a new step in the development of marketing, which changes under the influence of a changing external environment.

References:

1. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons, 2016. 208 p.
2. Montgomery Ward issues the first mail order catalogue for the general public. URL: <https://www.historyofinformation.com/detail.php?entryid=4170>

DIGITIZATION IS A FUTURE TOOL FOR ANY BUSINESS

The rapid development of socio-economic processes in the world gave impetus to the active use of information and digital technologies, which in turn are a catalyst for the innovative development of all spheres of human life: production, trade, logistics, marketing, taxation, the fight against corruption, medicine, education, sports, tourism, etc. and determine the level of economic development and well-being of the country's population as a whole.

Complex and comprehensive digitization became a prerequisite for the emergence of such a phenomenon as «digitalization». Which has gained significant distribution and use in the economy of Ukraine.

At the current stage in the global information society, a new economic system is actively being formed – a digital one. In the world economy, the advantages of digitalization are actively used, the basis of which is information, which represents the form of an intangible asset within the framework of a business entity. The digitization of economic processes and the penetration of information technologies in all spheres of activity are actively taking place. In the long term, digitalization sets the vector along which micro-, meso-, and macro-level economic systems will develop.

The term «digitalization» comes from the English «digitalization» and in translation means «digitization», «digitalization», or «digitalization». At the same time, today domestic scientists increasingly use this term, based on the requirements of practical transcription, and therefore the terms «digitalization» or «digitalization» have become widespread. This approach has a number of advantages, since this term, covers a wider range of meanings than its synonym «digitalization». This is due to the fact that it is in the European and American research traditions that the consequences of the transition from analog to digital encoding of information began to be studied not just as technological, but also as social, cultural and anthropological processes [1].

According to scientists, digitalization is a way of bringing any kind of information into digital form [2]. Also, there is a point of view that defines digitization not as a method, but as a process associated with the tendency to bring the most diverse types of information used by humans into electronic form, tentatively called by the researcher «digitization of being»[4]. However, despite the dominance of similar views in domestic scientific circles, this definition of the studied phenomenon does not correspond to its real essence. Its falsity is caused by the lack of meaningful analogues of the foreign terms «digitization» and «digitalization» in the national language, which leads to confusion in their perception and understanding.

It should be noted that the terms «digitization» and «digitalization», as well as in Ukraine, are quite often used as synonyms in foreign scientific circles. But, as S. Brennen and D. Kreis emphasize, digitization and digitalization are two conceptual terms that are sometimes used as identical, but a careful analysis of which allows us to confidently conclude that there are clear differences between them [1]

Therefore, digitalization is a general term for the digital transformation of society and the economy. It describes the transition from the industrial era and analog technologies to the era of knowledge and creativity, characterized by digital technologies and innovations in digital business [3].

There are a number of advantages of digitization for business:

- Expansion of the target audience, sales channels, geography, etc.;
- Automation of routine processes and simplification of some tasks;
- Increasing the level of service, which provides the client with new opportunities: fast purchase and delivery, tracking of the entire chain of product acquisition;
- Adjustment of the company's activity thanks to analytical data;
- Reduction of the budget for the implementation of marketing strategies without harming the effectiveness of promotion;
- Reducing the percentage of lost customers and minimizing errors during purchase;
- Increasing financial benefits by reducing unprofitable investments;
- A personalized approach to working with customers, which increases their loyalty to the brand and improves the shopping experience;
- Robotic tools for 24/7 consultations make it possible to shorten the client's path from contacting to ordering a product;
- Increasing sales in offline stores using new technologies.

Despite many advantages, digitalization of business, like any other process, has certain disadvantages. In order to successfully develop your trading platform with the help of digital solutions, it is necessary to take into account the weaknesses:

- Unpreparedness of certain groups of buyers for the introduction of new technologies;

- The need to think in advance and make a chain of interaction with the client that will be convenient for both parties;
- Consultations in certain areas of trade, for example, during the sale of expensive equipment, require the presence of a live seller. To make a decision, the buyer wants to hear a human opinion;
- The duration and cost of implementing digital solutions may not meet the expectations of the company owner;
- Lack of qualified workers to support digitization tools.

The Covid-19 pandemic and social distancing requirements around the world have become a «powerful catalyst for digital transformations» [2]. The demand for «quarantine» technologies has increased significantly: secure remote access, video conferencing services, cloud services, virtualization technologies, customized software (SAAS).

Companies are looking for specific digital technology solutions that will enable business agility and recovery, enable large-scale adoption of new ways of working, protect their systems from cyber risks, strengthen digital commerce and marketing capabilities, and enable increased automation of operations and supply chains.

Digitalization covers information processes of various types in the socio-economic and scientific and technical fields. At the state and corporate levels, strategies are already being developed, which are based on the massive «introduction of information systems and technologies with the aim of increasing the efficiency of all types of activities, improving working conditions and the quality of life of the population» [1].

The implementation of information technologies contributes to the solution of the current goals facing the management apparatus of the enterprise, namely:

- «increasing the efficiency of management and the validity of the decisions made»;
- reduction of information processing terms and timely and high-quality diagnosis of economic activity;
- ensuring timely adoption and coordination of management decisions at different levels in today's unstable market conditions;
- «increasing labor productivity» [4].

Conclusion. A key factor in the development of offline business is digitization, which involves the introduction of innovative technologies and their management. Management of the enterprise in conditions of digitalization imposes on the head of the enterprise requirements for professional knowledge, abilities and skills in the field of management, personnel management, and in the field of IT technologies.

The prerequisites for successful digitization are the collection and use of data, customized value chains, digital customer interaction interfaces, countermeasures against cyber threats. Digitization significantly lowers market entry barriers and opens up new potential markets for companies. The widespread use of algorithms allows online platforms to exchange goods, services, labor, and enable better management of assets and processes. There will be increasing trends of «platformization» and dematerialization of assets, reduction of transaction costs, maximization of trade volumes and matching of supply and demand.

References:

1. George, G., Haas, M., & Pentland, A. From the editors – Big data and management. *Academy of Management Journal*. 2016. vol. 57, pp. 321-326.
2. Liliya Filipishyna, Kristina Filipishyna Didigitalization of the economy as an element of development. *Фінанси, економіка, право vs війна* [Електронне видання] : збірник тез Міжнародного конгресу (м. Ірпінь, 27 квітня 2022 р.). – Ірпінь : Державний податковий університет, 2022. – 930 с. – PDF-формат ; мережеве видання ; інституційний депозитарій. ISBN 978-966-337-668-4 (С.691-697)
2. Liliya Filipishyna, Viktoriya Gonchar, Oleksii Bohachov Research of IT influence on the price perception // *Economics. Ecology. Socium*, Vol. 4, No.2, 2020 (p.40-51)
3. Sumylitko D. Digitalization in action: how digital transformation of business affects the success of the company Auditor of Ukraine. 2019. No. 5. with. 76-79.

DIGITIZATION OF THE HEALTH CARE SYSTEM: THE UKRAINIAN CASE

Europe aims to empower businesses and people in a human-centered, sustainable, and more prosperous digital future. The Digital Decade policy program [1], with concrete targets and objectives for 2030, will guide Europe's digital transformation in four main directions, i.e. skills, government, business, and infrastructure. Among key performance indicators of digitalization of public services there is an e-Health sphere that envisages 100 % of citizens have access to medical records online. The purpose of the paper is to overview the structure and main components of the eHealth system of Ukraine.

WHO defines eHealth as the cost-effective and secure use of information and communications technologies in support of health and health-related fields, including healthcare services, health surveillance, health literature, and health education, knowledge, and research [2]. Clear evidence exists on the growing impact that eHealth has on the delivery of health care around the world today, and how it is making health systems more efficient and more responsive to people's needs and expectations. Experience shows that harnessing ICT for health requires strategic and integrated action at the national level, to make the best use of existing capacity while providing a solid foundation for investment and innovation.

According to WHO, there are some common eHealth services and application components [3]:

1. Individual electronic health information – services that support the collection and storage of health information for an individual. It can be Electronic health recording, Electronic medical recording, or Personal health recording.

2. Healthcare communications and collaboration – services that enable healthcare providers electronically to communicate and share information with other such providers as part of providing care to an individual. A good example of this can be access to an individual's recording and test results, healthcare provider and service directories, etc.

3. Healthcare service delivery tools – services that support healthcare providers in making diagnosis and treatment decisions, and in managing the delivery of care to an individual, whether electronically or in person. For example, clinical decision support, real-time clinical data access and analysis, telemedicine and mobile health, alerts monitoring and management.

4. Health information and knowledge – services that enable individuals and healthcare providers access to trusted and verified health information and knowledge. For instance, consumer health knowledge sources, health provider knowledge sources, distance learning and electronic resources.

5. Healthcare management and administration – services that enable healthcare managers and administrators to manage effectively the delivery of care to individuals and monitor the health of a broader population. Adverse event monitoring, risk analysis, compliance monitoring, healthcare operations management, clinical practice improvement, health policy development, healthcare and clinical research, health program design and optimization, to name but a few.

In recent years, a number of systemic shifts and digital transformations have taken place in the health care of Ukraine. Basic legislative acts were adopted, in which eHealth and digital tools are defined as essential for the development of the field. The Government of Ukraine has approved a five-year concept for the development of electronic health care [4, 5].

In Ukraine, the electronic healthcare system is a two-component system in which the user interacts with the central database through the medical information system [6].

The electronic healthcare system comprises the following:

1. The central database is an information and telecommunications system, which contains registries, software modules, and the information system of the National Health Service, in the part necessary for the implementation of state financial guarantees, etc. The database also provides an opportunity to create, review, and exchange information and documents between registries, state electronic information resources, and electronic medical information systems.

2. The electronic medical information system is an information and telecommunications system that allows one to automate the work of business entities in the field of health care, and create, view, and exchange information in electronic form, in particular with a central database (provided that connected).

It is important to note that automatic data exchange between the central database and medical information systems is provided through an open programming interface (API).

The purposes of implementation of the eHealth system are defined as the following:

– ensure transparency of financing health care systems;

- give the opportunity to work without paper gradual transition to electronic accounting (e-prescription, e-card, e-direction);
- form the business environment to create new electronic services;
- create space for innovation in medicine (machine learning, big data, blockchain, etc.);
- promote the development medical IT market.

The processes of the formation of electronic health care in Ukraine have taken place gradually. It can be argued that Ukraine managed to build a stable institutional foundation of eHealth. For the time being, it is a complex multi-level system that includes government and business structures, where each subject plays a certain key role (fig. 1).

Providers	<i>eZdorovya</i> the state-owned enterprise	<i>National Health Service of Ukraine</i> the central body of executive power, the owner of the central database
Functions	administering the Central Database of the National Health Service and monitoring the development of the electronic health care system in Ukraine	analyzing and using data to forecast the population's needs for medical services, developing a medical guarantee program, making payments to institutions for medical services
Providers	<i>Ministry of Health Care of Ukraine</i> the central body of executive power	<i>Business</i> provide services to customers
Functions	formulating policy in the field of health care, and being responsible for the implementation of reforms	electronic medical information systems (MIS) – systems that make it possible to automate the work of medical institutions with a central database

Figure 1. Key roles of the main providers in the eHealth system of Ukraine [6]

Despite the war and its catastrophic consequences, which have caused dramatic challenges for the state governance system overall, not only the eHealth system was able to have not been ruined, and saved its potential, but also to have developed. For instance, for more effective interaction of partners and management of the development of eHealth, and improvement of resource planning, an office of coordination of the development of eHealth care has been created. The annual roadmap of projects for 2023 has been also reviewed and approved, which included 107 digital projects in the field of health care aimed at automating processes for medical workers, improving the quality, accessibility, and safety of medical services for patients, etc. [6].

In recent years, significant progress has been made in Ukraine in the construction and further development of the eHealth system, which is beginning to play an integrating role in the overall development of the country's healthcare system. The establishment of eHealth facilitates the achievement of interrelated goals in the development of a sustainable healthcare system.

References:

1. Europe's Digital Decade: digital targets for 2030. URL: <https://shorturl.at/gitR1>.
2. World Health Organization. URL: <https://shorturl.at/lqFU7>.
3. WHO-ITU National eHealth Strategy Toolkit. URL: <https://shorturl.at/itlJL>.
4. e-Health в Україні: що це і як працює? *Громадський простір*. 2022. URL: <https://shorturl.at/blFHK>.
5. Про схвалення Концепції розвитку електронної охорони здоров'я : Розпорядження КМУ № 1671-р від 28 грудня 2020 р. URL: <https://shorturl.at/qsDF0>.
6. Електронна система охорони здоров'я в Україні. URL: <https://ehealth.gov.ua/>.

В.В. Антонюк, магістр гр. MOM-23
Науковий керівник: Ю.В. Богоявленська, к.е.н., доц., доц. каф.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Процеси економічних перетворень в Україні привели до нового розуміння принципів підприємницької діяльності. Сучасна роздрібна торгівля – це складний, багаторівневий, розвинутий бізнес, управління яким вимагає постійного пристосування до швидкозмінного ринкового середовища, впровадження нових методів збуту, а головне, своєчасного оновлення та правильного формування асортименту товарів. З переходом до ринкових відносин ускладнюються проблеми реалізації товарів та надання послуг, внаслідок зміни структури ринкового попиту, його кон'юнктурних коливань і все більшого загострення конкуренції на ринку. Тому і постає питання розробки та впровадження ефективної асортиментної політики на підприємстві.

Асортиментна політика – система заходів, по визначенню переліку товарних груп, які мають найбільшу перевагу для успішної діяльності на ринку, і забезпечують економічну ефективність діяльності підприємства в цілому. Асортиментна політика займає найважливіше місце в товарній політиці підприємства. Товарна політика, в свою чергу, становить ядро маркетингових рішень, навколо якого формуються інші рішення, пов'язані з умовами придбання товару і методами його просування від виробника до споживача. Як свідчить світовий досвід, лідерство в конкурентній боротьбі одержує той, хто найбільш компетентний в асортиментній політиці, володіє методами її реалізації і може максимально ефективно нею керувати.

Певні наукові розробки з питань формування асортиментної політики, управління товарним асортиментом, її вплив на майбутній розвиток та конкурентні позиції торговельного підприємства присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема Н.Каллена, Б.Бермана, Дж.Еванса, М.Саллівана, Д.Едкока, Л.Вейтца, Н.М. Ушаковою, Л.В. Балабановою, А.В. Трояном, Є.О. Діденко, О.В. Дубовик, І.А. Маркіною та іншими. Проте, існуючі розробки здебільшого носять описовий характер або стосуються організаційно-технічних заходів з формування товарного асортименту. В той же час, практика показує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань організації асортиментної політики підприємства, перш за все, її формування в нових умовах господарювання.

Асортиментна політика – це сфера діяльності керівника й фахівців підприємства, що представляє собою сукупність принципів, стратегій і методів, що проводяться до формування оптимального асортименту продукції, що реалізується, з погляду підвищення ефективності діяльності підприємства й задоволення потреб споживача. Асортиментна політика має особливе значення в сучасних умовах розвитку економіки, оскільки сучасні споживачі висувають підвищені вимоги до якості, асортименту та зовнішнього оформлення товару. Основні цілі асортиментної політики:

- збільшенні обсягів реалізації товарів за рахунок оптимізації структури асортименту;
- досягнення конкурентної переваги за рахунок більш привабливого асортименту;
- залучення нових споживачів та вихід на нові сегменти ринку;
- зниження витрат, пов'язаних зі структурою асортименту;
- збільшення оборотності товарних запасів;
- оптимальне завантаження торгових площ, та розташування товарів на полицях магазинів;
- підвищення економічної стійкості підприємства роздрібною торгівлю за рахунок гарантованого отримання прибутку внаслідок удосконалення асортименту товарів.

Найбільш ефективне задоволення попиту стає основним завданням підприємства в сучасних умовах ринкової конкуренції. Ринок формує попит на певний асортимент. Грамотне формування оптимального асортименту забезпечить ґрунт для продуктивної діяльності підприємства, сприятиме отриманню бажаного прибутку.

Концепція управління асортиментною політикою підприємства передбачає комплекс дій: аналіз ринку і брендів; аналіз комунікації; розподіл; юридичні відносини; відносини з конкурентами; постачання товарів; продаж та після продажне обслуговування.

Отже асортиментна політика підприємства передбачає формування товарного асортименту, який якнайкраще підходить для роботи на обраному ринку та забезпечує економічну ефективність діяльності підприємства. Асортиментна політика встановлює зв'язок між вимогами ринку, з одного боку, та намірами і можливостями підприємства – з другого.

Ціль організації щодо асортименту – формування реального асортименту або асортименту, що прогнозується, максимально наближеного до раціонального, для задоволення різних потреб та отримання запланованого прибутку.

Формування асортименту є складним і безперервним процесом. Оптимальний асортимент є індивідуальним для кожного підприємства і залежить від ринку, попиту, фінансових та інших ресурсів.

В умовах активного розвитку цифрової економіки та діджиталізації всіх сфер господарювання, а також зростання невизначеності факторів зовнішнього середовища для підвищення конкурентоспроможності необхідно здійснити трансформацію діяльності підприємств, впровадити сучасні інформаційно-комунікаційні технології та діджитал-інструменти.

Формування політики просування за допомогою діджитал-інструментів є основним завданням цифрового маркетингу та передбачає активне використання усіх можливих засобів діджитал-комунікацій та присутність підприємства у соціальних мережах.

До діджитал-інструментів відносять: створення Інтернет-сайтів; просування в блогах й соціальних мережах, таргетинг, контекстну та вірусну рекламу, онлайн рекламу, мобільний маркетинг, email-маркетинг, пошукову оптимізацію, пошуковий маркетинг, оптимізацію під соціальні мережі, технологію Big Data, лідогенерацію, веб-аналітику, QR-коди та інші.

За допомогою діджиталізації бізнес може вирішити наступні завдання: сформувати імідж нового бренду чи продукту, підтримувати репутацію підприємства, підвищувати впізнаваність продукції, стимулювати продажів, підвищувати ефективність політики просування, збільшувати частку ринку, реагувати на зміни відношення покупців до товарів підприємства тощо.

Таким чином, в умовах діджиталізації економіки управління асортиментною політикою має нові перспективи, інструменти та цифрові технології на користь розвитку існуючих або створення нових ринків.

Список використаної літератури:

1. Богоявленська Ю.В. Цифрові бізнес-моделі [Електронний ресурс] : конспект лекцій з дисципліни «Цифрові бізнес-моделі» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 051 «Економіка». – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. – Режим доступу: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/folder/view.php?id=111039>

А.А. Бадзюк, магістр I курсу, гр. ФБСМ-8, ФБСО
І.О. Гарбарчук, магістр I курсу, гр. ФБСМ-8, ФБСО

Науковий керівник: Н.Г. Виговська, д.е.н., проф. каф. фінансів та цифрової економіки
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПРОЦЕСИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ФІНАНСІВ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Цифровізація фінансів на підприємстві – це використання цифрових технологій та інструментів для збору, обробки, зберігання та аналізу фінансової інформації. Таким чином, здійснюється впровадження програмного забезпечення для обліку та фінансового управління, електронних платіжних систем, онлайн-банкінгу, мобільних додатків та інших цифрових інструментів, що дозволяють автоматизувати та оптимізувати процеси фінансового управління на підприємстві. Цифровізація фінансів дозволяє підприємствам підвищити ефективність фінансової діяльності, зменшувати витрати та збільшувати прибуток. Це також дозволяє швидше та точніше отримувати фінансову інформацію, яка допомагає в прийнятті ефективних управлінських рішень та підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Процеси цифровізації фінансів на малих підприємствах включають використання електронного документообігу, використання онлайн-бухгалтерії та програм для фінансового управління, використання електронних платіжних систем, використання соціальних мереж та інтернет-маркетингу для просування товарів та послуг [1].

Організація електронного документообороту на малих підприємствах в Україні дозволить здійснити перехід на електронну форму документів та їх обмін між відділами підприємства, що дозволить скоротити час на обробку документів та зменшити витрати на їх друкування і зберігання. Впровадження онлайн-бухгалтерії та програм для фінансового управління дозволить автоматизувати процеси обліку, збереження фінансової інформації та генерації фінансових звітів. Завдяки електронним платіжним системам можна здійснювати оплату за товари та послуги в електронному вигляді, що зменшує ризик втрати готівки та забезпечує зручність для клієнтів. Особливу увагу варто приділити використанню соціальних мереж та інтернет-маркетингу для просування товарів та послуг, що дозволить залучати нових клієнтів та збільшувати обсяг продажів. Зазначені процеси можуть полегшити та покращити фінансову діяльність малих підприємств в Україні, зменшити витрати та збільшити прибуток.

Впровадження інструментів цифровізації фінансів малих підприємств в Україні має ряд переваг: автоматизація процесів та збільшення їх ефективності, що збільшує продуктивність підприємства; зменшення витрат на папір, друкування, зберігання та транспортування документів, а також зменшення витрат на працівників; зменшення часу на обробку даних та збільшення точності результатів, що забезпечує швидкість та якість прийняття рішень; забезпечення швидкого та якісного обслуговування клієнтів, що збільшить їх задоволеність та лояльність; залучення нових клієнтів та розширення ринку збуту за рахунок використання соціальних мереж, інтернет-магазинів та мобільних додатків; підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку, забезпечення швидкого та ефективного реагування на зміни в умовах діяльності та забезпечення зростання бізнесу. Однак, існує ряд ризиків щодо впровадження інструментів цифровізації. Захист від кібератак та вірусів стає все більш складним, і малі підприємства можуть стати легкою мішенню для зловмисників. Цифрові інструменти та програмне забезпечення є не дешеві і для малих підприємств це значне навантаження на фінансовий баланс. Окрім того, малі підприємства можуть стати залежними від технології, якщо вони стають основою бізнес-процесів [2].

Таким чином, існують і недоліки від впровадження цифрових технологій, адже це вимагає наявності кваліфікованих фахівців, яких може бути складно знайти на ринку праці, а для малих підприємств зарплата таких спеціалістів значна стаття витрат. Для певної категорії працівників цифрові інструменти можуть бути складні в освоєнні або незручні в використанні. Підприємства мають різні можливості щодо використання цифрових інструментів через відсутність необхідної інфраструктури, доступу до Інтернету та фінансових ресурсів. Отже, процеси цифровізації фінансів малих підприємств в Україні сприятимуть підвищенню рівня конкурентоспроможності, зростанню продажів товарів та надання послуг, а також зросте рівень впізнаваності бренду.

Список використаної літератури:

1. Виговський В.Г., Виговська О.А., Завалій Т.О., Пашенко О.П., Ткачук Г.Ю. Застосування інструментів інтернет-маркетингу для прийняття управлінських рішень логістичними підприємствами. Економіка, управління та адміністрування, №4.
2. Полчанов А.Ю., Городиський М.П., Дячек С.М., Литвинчук І.В., Виговська О.А. Тенденції діджиталізації фінансово-економічної діяльності підприємств в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2022. №. 1 (99). С. 93-102.

ПРОБЛЕМИ ТА СТРАТЕГІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Цифрова трансформація передбачає культурні, організаційні та операційні зміни на підприємстві шляхом інтелектуальної інтеграції цифрових технологій, процесів і компетенцій на всіх рівнях і функціях поетапним та стратегічним способами. Сьогоднішні підприємства використовують технології створення нової продукції (послуг) для різних зацікавлених сторін, впроваджують інновації та придбавають можливості для швидкої адаптації до мінливих умов підприємницького середовища.

Цифрові технології сприяють трансформації господарської діяльності, її окремих процесів, цілих бізнес-моделей, викликають появу нових компетенцій. Розвиток цих компетенцій обумовлюється можливостями бути більш гнучкими, орієнтованими на людські запити, інноваційними, ефективними й здатними скористатися наявними можливостями для зміни діяльності та використання великої кількості даних і нових, все більш неструктурованих джерел доходів від реалізації продукції (послуг).

Зміни, що обумовлюють потребу в швидшому розгортанні стратегій використання цифрових технологій, залежать від оптимізації клієнтського досвіду, операційної гнучкості та інновацій. Щоб уможливити виникнення джерел доходу від нових або змінених видів діяльності, по суті, нових бізнес-процесів, необхідно враховувати низку складових, а саме:

1. Цифрові технології в підприємницькій діяльності, тобто процес з кількома пов'язаними проміжними цілями, спрямованими на загальну оптимізацію напрямів діяльності, структурних підрозділів і бізнес-екосистеми підприємства.

2. Персонал – відіграє ключову роль на всіх рівнях цифрової трансформації. Зокрема, вона може ускладнюватися через людський фактор, бо не всі працівники схвально ставляться до «цифрового», оскільки більше цінують особисте спілкування. Таким чином, елемент «офлайн» буде присутній на підприємстві завжди, не залежно від контексту.

3. Стратегію цифрових технологій – спрямована на створення можливостей для більш повного використання потужностей підприємства і сучасних технологій з метою формування синергетичного ефекту від їх взаємодії. Тому для цифрової трансформації потрібен поетапний підхід її реалізації на підприємстві, з урахуванням стейкхолдерів і внутрішніх та зовнішніх обмежень.

При впровадженні цифрових технологій на підприємстві керівництву необхідно брати до уваги проблеми, з якими вони можуть зіткнутися, зокрема [1]:

1. *Сприйняття технологічних інновацій* – ця проблема пов'язана з технологіями, які використовують і, зрештою, сприймають клієнти (партнери по бізнесу та інші стейкхолдери), не усвідомлюючи їх потенціал та можливості. До таких технологій можна віднести: штучний інтелект (ШІ), периферійні обчислення, віртуальну (VR) й доповнену (AR) реальність, блокчейн-технології та ін.

2. *Поведінка та вимоги клієнтів* – важливо зазначити, що ця проблема не обов'язково пов'язана з самими цифровими технологіями – вона може бути обумовлена суб'єктивним відношенням до них клієнтів. Так, наприклад, люди часто прагнуть до більш простого ведення підприємницької діяльності – без мережі Інтернет, електронних сервісів або складних мобільних додатків.

3. *Інновації та винаходи* – з одного боку, цифрові технології провокують виникнення зовсім нових підходів до вирішення бізнес-завдань та задоволення потреб клієнтів, а з іншого – забезпечують створення нової реальності (продукції, послуги, виду роботи).

4. *Екосистемність* – суб'єкти господарювання є частиною більш широких екосистем: бізнес-екосистем, соціальних і природних екосистем, в яких вони взаємодіють з клієнтами.

Економічні зміни, вимоги з боку клієнтів, еволюція в бік співпраці підприємств у трансформаційних бізнес-екосистемах, нормативні зміни, геополітичні зміни, соціальні зрушення, форс-мажорні обставини стимулюють розвиток цифрових технологій. Цифрові технології часто розглядають як можливість для підприємства досягти сучасних бізнес-компетенцій, які необхідні для підприємницького успіху.

Гнучкість до змін ринку товарів і послуг та застосування при цьому цифрових технологій дозволяють підприємству йти в ногу з часом, враховуючи потреби клієнтів. Для того, щоб підприємство залишалося в тренді і зарекомендувало себе, як таке, що використовує цифрові технології на достатньому рівні, керівництву необхідно:

1. Побудувати сучасну модель спілкування з клієнтами – у ХХІ ст. культура споживання стрімко змінюється, а відтак підприємствам необхідно швидко адаптуватися під нові реалії, щоб у потрібному місці та в потрібний час надати потрібну продукцію або послугу.

2. Відслідковувати діяльність конкурентів – у цифрову епоху особливу увагу варто приділяти аналізу

діяльності конкурентів, їх поведінці і, як наслідок, діяти на випередження. Доцільно підтримувати підприємство в ритмі технологічного розвитку та впроваджувати нові інструменти для утримання стійкої конкурентної позиції на ринку.

3. Працювати з даними (у т. ч. великими) – сьогодні існує багато відкритих наборів інструментів інтеграції для впровадження необхідних технологій у бізнес-процеси. Ці інструменти дозволяють використовувати набори готових рішень, які можна впровадити в роботу всіх структурних підрозділів підприємства, об'єднавши їх в єдиний механізм.

4. Налагодити стійкі внутрішні комунікації – на всіх рівнях організаційної структури підприємства більша частина інформації має бути загальнодоступною. Це впливає на швидкість та якість прийняття управлінських рішень. Так наприклад, часто трапляється, що керівництво залишається поза інформацією про те, що відбувається на виробництві, або в інших структурних підрозділах, що може призвести до прийняття неадекватних рішень, і як наслідок – зниження показників ефективності діяльності [2].

Щоб скористатися перевагами цифрових технологій, підприємства мають бути готовими до підвищення гнучкості підприємницької діяльності та зростання ролі всіх форм даних. У зв'язку з цим необхідно розробити стратегію впровадження цифрових технологій на підприємстві, де б враховувалися всі складові: дані, бізнес-процеси, технології, персонал та ін. Стратегія застосування цифрових технологій у підприємницькій діяльності має включати:

1. Встановлення чіткого бачення діджиталізації та цифрових інновацій. Так, у кожного підприємства є бачення того, чого воно хотіло б досягти у досяжному майбутньому. Таке бачення діяльності має бути регламентоване зверху. Тоді воно буде цілком зрозумілим для працівників під час обслуговування бізнес-процесів. Для реалізації стратегії впровадження цифрових технологій за цим підходом рекомендується періодично проводити засідання керівництва та ставити чіткі й конкретні завдання.

2. Сприяння розвитку цифрової культури на підприємстві – для переходу до діджиталізації необхідна зміна організаційної культури. Працівникам доведеться відмовитися від обслуговування старих бізнес-процесів, так як вони не відповідають новому цифровому середовищу. Зокрема, відмова від паперового документообороту на користь електронного буде нелегкою справою для тих, хто звик робити плодити документи або просто робити нотатки по кожному плану дій. Для реалізації цього підходу керівництву підприємства спочатку доведеться ввести жорсткі правила, щоб гарантувати дотримання таких цифрових змін, поки цифрова культура не вкорениться у його діяльність.

3. Використання ключових показників ефективності – такі показники повинні бути коректними для визначення ефективності окремих бізнес-процесів та діяльності підприємства в цілому.

4. Автоматизацію бізнес-процесів – забезпечує підвищення ефективності бізнес-процесів і допомагає працівникам уникати дублювання несуттєвих етапів процесу. Автоматизація бізнес-процесів дозволяє досягти по-справжньому узгоджених результатів. Таким чином, керівництву важливо визначити, які процеси можна автоматизувати, оскільки це дозволить сильно скоротити витрати, підвищити продуктивність праці, заощадити час, підвищити якість продукції (послуг) та ефективність контролю.

5. Прийняття концепції ІІІ – впроваджуючи цифрові технології на підприємстві, керівництво зіштовхується з великим обсягом даних про клієнтів та інших стейкхолдерів і, як наслідок, з метою їх ефективного використання потребує оптимізації збору цих даних. Взагалі ІІІ дозволяє обробити великий масив даних, які отримуються від усіх зацікавлених сторін. Водночас, він дозволяє проводити аналіз клієнтського досвіду, причин і факторів його впливу на підприємство, що дає змогу систематизувати проблеми, які викликають негативні зміни в режимі реального часу, для прийняття своєчасних управлінських рішень і зниження ризиків банкрутства підприємства.

6. Створення відділу з аналізу даних підприємства – обсяг даних, які накопичують цифрові технології у підприємницькій діяльності, може бути занадто великим, і як наслідок, без належної аналітики даних підприємство може застрягти в надмірному аналізі. Тому керівникам необхідно знати, які дані отримані та як вони впливають на бізнес-процес підприємства, систематизувати їх для ефективного управління, що дасть можливість оптимізувати їх використання.

Отже, впроваджувати цифрові технології на підприємствах схильні переважно великі підприємства, а інші підприємства не готові до впровадження цифрових технологій, так як їх керівники мають консервативні погляди. У деяких випадках складність переходу до цифрових технологій обумовлена відсутністю компетентних фахівців в цій сфері, складністю відмови від аналогових продуктів на користь діджиталізації тощо. Проте, сьогодні можна з повною впевненістю говорити, що цифрові технології, які продовжують активно розвиватися, будуть ширше впроваджуватися у бізнес-процеси підприємств.

Список використаної літератури:

1. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами / О.Є. Гудзь // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2018. – № 2. – С. 4–12.
2. Шульпіна Н.В. Особливості впровадження сучасних технологій в управління персоналом в Україні / Н.В. Шульпіна, Л.С. Кримняк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ird.gov.ua/sep/sep20171\(123\)/sep20171\(123\)_113_ShulpinaN,KrymniakL.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20171(123)/sep20171(123)_113_ShulpinaN,KrymniakL.pdf). – Дата звернення: 09.04.2023.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЦИФРОВИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Розвиток цифрових бізнес-моделей є важливим завданням для компаній, які стикаються з цифровізацією та цифровими руйнуваннями. Просте розширення існуючої аналогової бізнес-моделі цифровим компонентом (наприклад, онлайн-замовлення товарів у стаціонарному роздрібному магазині) є попереднім етапом, але не самостійною цифровою бізнес-моделлю. Вважається, що цифрові технології є каталізатором, коли йдеться про інновації. Успішні цифрові інновації створюють покращені цифрові інновації за допомогою відповідних підходів, процесів та інструментів. Існує безліч бізнес-моделей, заснованих на цифрових технологіях, від надання доступу до Інтернету та комерціалізації програмного забезпечення до Інтернет-платформ. Особливості функціонування цифрових бізнес-моделей набуває актуальності в сучасний період.

Еволюція цифрових бізнес-моделей породжує багато складних питань. Як забезпечити захист споживачів, коли транзакції відбуваються в кількох юрисдикціях? Як регулювати компанії, які є частиною процвітаючої «концертної економіки» – платформ, таких як Uber і Airbnb, які кидають виклик існуючим операторам, таким як таксисти та власники готелів? Який вплив Інтернет-компаній і платформ на конкуренцію та потенційне зростання мікро-, малих і середніх підприємств (ММСП), особливо в країнах, що розвиваються? Як більш рівномірно розподілити економічні вигоди, створені цифровою економікою? Ось деякі з питань, з якими стикаються окремі особи, компанії та політики.

Організації здебільшого є ієрархічними і мають кілька рівнів управління. Таким чином, це призводить до розвитку культури ухилення від ризику, що ускладнює стати гнучким і одночасно зменшує здатність швидко приймати рішення. Цифрові організації, щоб покращити клієнтський досвід, як правило, інвестують у новітні цифрові платформи. Це здебільшого у внутрішніх інструментах комунікації та співпраці. Вище керівництво може безпосередньо спілкуватися з нижчими рівнями за допомогою новітніх цифрових інструментів і навпаки [4]. У справжньому цифровому бізнесі відбувається кілька цифрових транзакцій як зі співробітниками, так і з цільовою аудиторією. Він створює цінні дані, що дозволяє компаніям використовувати інформаційні панелі та аналітику, щоб отримати кращу інформацію та запропонувати вдосконалення. Можливості стають ще цікавішими, оскільки дані об'єднуються з різних джерел і систем. Цифрові організації прагнуть використовувати дані по максимуму.

Змусити джерело прийняти стратегію цифрового бізнесу може бути важким завданням. Потрібне сильне лідерство з впевненим баченням. Лідери повинні прийняти цифрову силу і не вагатися. Цифрові платформи слід використовувати як всередині, так і ззовні. Також слід відстоювати підходи та стратегії, основою яких є оцифрування. Вкрай важливо, щоб отримати максимум від цифрових інструментів і оптимізувати роботу цільової аудиторії, співробітники повинні мати найновіші знання, навички та ресурси. Цифрові компанії зазвичай інвестують у постійну підтримку, навчання своєї команди. Це автоматично підвищує загальну продуктивність праці та зменшує клопоти на робочому місці.

Штучний інтелект (ШІ) і автоматизація пропонують майбутні та поточні можливості, тим самим підвищуючи продуктивність. Компанії, які перейняли цифрові технології, зазнали значних змін. Завдяки оцифровці ручних процесів вони користуються більшою ефективністю, економією часу та скороченням витрат. Справжні цифрові підприємства постійно автоматизують свої процеси, тим самим покращуючи послуги та підвищуючи загальну продуктивність. Покращені процеси пропонують колективні переваги, отримані завдяки гіперавтоматизації [3]. Між досвідом співробітників і клієнтів існує міцний зв'язок. Без досвіду, отриманого від повсякденних завдань, співробітники, ймовірно, виведуть неефективні внутрішні процеси, будучи незадоволеними. Це може негативно вплинути на задоволеність клієнтів. Справжні цифрові компанії, як правило, інвестують величезні кошти в забезпечення високого цифрового досвіду співробітників. Вони усвідомлюють той факт, що це справді впливає на все, починаючи від прибутковості до плинності кадрів і закінчуючи почуттями клієнтів щодо їх бренду.

Стратегія цифрового бізнесу зосереджена головним чином на підвищенні рівня задоволеності клієнтів. Компанії все частіше взаємодіють із клієнтами через різні цифрові платформи. Отже, треба зосередитися на обслуговуванні клієнтів і цифровому спілкуванні. Компанії віддають перевагу інвестуванню в різні цифрові платформи, оскільки це допомагає розвивати багаті цифрові точки взаємодії, особливо з клієнтами. Орієнтація на клієнта означає використання даних і краще їх розуміння для покращення їхнього досвіду [8]. Цифрові бізнес-моделі мають різні характеристики, декілька з яких зазвичай застосовуються одночасно.

Створена додана вартість була б неможливою без використання цифрових технологій. Amazon, Uber і Airbnb – компанії, які не мали б бізнесу без технологій Інтернету. Amazon може бути місцевим ринком, Airbnb – агентством номерів у кількох містах, а Uber – центром таксі чи агентством для спільного використання автомобілів [5].

Бізнес-модель характеризується цифровими бізнес-інноваціями. Цифрові бізнес-моделі базуються на нових для ринку послугах. Залучення клієнтів і дистрибуція базуються на цифрових каналах. Компанії, які

розробляють цифрові бізнес-моделі, переважно використовують цифрові технології для охоплення потенційної аудиторії. Продажі характеризуються такими тенденціями, як автоматизація продажів і рання адаптація. Клієнти готові платити за цифрову послугу. Таким чином, цифрові бізнес-моделі створюють унікальну цінність для клієнтів, яку можна монетизувати.

Готовність клієнтів платити і, таким чином, незалежне створення вартості є яскравою рисою цифрової бізнес-моделі. Суто цифрові послуги, наприклад, можливість моніторингу споживання енергії через додаток є цифровими пропозиціями, але не цифровими бізнес-моделями [1]. Клієнти отримують частини цифрової послуги (наприклад, обмежені функції програмного забезпечення) безкоштовно. Це дає змогу керувати процесом адаптації з якомога меншими зусиллями щодо продажів. Модель Freemium дотримується принципу стандартизації компетенції: діяльність, яка раніше потребувала багато персоналу, наприклад, продажі, була зроблена більш ефективною завдяки автоматичним процесам. Завдання для компаній полягає в успішному оновленні версії Freemium до платної.

Подібно до Amazon, цифрова платформа функціонує як проміжний ринок для продуктів і послуг: попит і пропозиція об'єднані. Цифрові бізнес-моделі, які слідують цій моделі, отримують свою додаткову цінність завдяки тому факту, що на ринку активно працює велика кількість незалежних гравців і відбуваються регулярні транзакції [6].

Модель ринку може працювати самостійно або являти собою розширення існуючої пропозиції компанії. Компанія з управління нерухомістю, яка дозволяє зовнішнім постачальникам послуг, таким як прибиральник, бути інтегрованими в додаток орендаря, вже має цифрову бізнес-модель у формі ринку, хоча в цьому випадку лише в дуже невеликому масштабі.

Ця цифрова бізнес-модель дозволяє іншу форму використання активу (наприклад, програмного забезпечення, автомобіля чи машини). Монетаризується вже не володіння, а споживання або використання активу. Цифрові технології дозволяють вимірювати споживання або використання. У сфері спільного використання автомобілів, наприклад, рахунки виставляються як за оренду, так і за повернення, а також кілометри чи милі. У випадку з машинами платежі можуть здійснюватися, наприклад, відповідно до часу роботи, кількості вироблених одиниць або інших даних, отриманих з машини [3]. Цифрові бізнес-моделі, засновані на принципі «використовуйте замість купівлі», можуть допомогти компаніям охопити нові цільові групи (наприклад, тих, хто досі не бажав інвестувати) або залишатися конкурентоспроможними та пропонувати клієнтам привабливу цифрову бізнес-модель раніше, ніж це зроблять потенційні конкуренти.

Цифрова бізнес-модель є результатом взаємодії між потребами клієнтів і можливими доступними технологіями. Компанії, які розробляють цифрові бізнес-моделі, часто використовують методології управління інноваціями. Розробляються прототипи, які тестуються і перевіряються на ринку. При розробці цифрової бізнес-моделі не має вирішального значення розробка «ідеальної» цифрової бізнес-моделі з першої секунди. Інноваційне програмне забезпечення підтримує генерацію ідей для цифрових бізнес-моделей [4]. Ми можемо плутати цифрові пропозиції з цифровим бізнесом. Цифрова пропозиція є доповненням до існуючих пропозицій, таких як чат-бот, інтерфейс керування тощо. З іншого боку, цифрові бізнес-моделі створюють цінність, привносять новий погляд і надають унікальну пропозицію клієнтам.

Найкращий спосіб дій – спершу розглянути профіль свого клієнта, вибираючи технологію, яка підходить бренду. Це може включати такі речі, як інтереси, моделі купівлі та демографічні характеристики. За словами Бенджаміна Таліна [2], експерта з цифрової трансформації, існує 11 цифрових бізнес-моделей.

1. Вільна модель (з підтримкою реклами). Безкоштовна бізнес-модель – це така, яка використовує та підтримується рекламою таких платформ, як Google і Facebook. Ідея цієї моделі полягає в тому, щоб запропонувати послугу безкоштовно, зробивши користувача кінцевим продуктом. Інтернет-користувач надає цінну інформацію, яка допомагає компанії легко показувати цільову рекламу.

2. Модель Freemium. Ця модель широко використовується і дозволяє користувачам отримати безкоштовний доступ до базової версії продукту. Ця версія може бути дещо обмеженою, але користувач має можливість оновити та заплатити за преміум-версію, якщо йому потрібні додаткові функції. Чудовим прикладом цього є Spotify – клієнт може користуватися ним безкоштовно, але якщо захоче отримати вищу якість і відсутність реклами, потрібно платити щомісячну підписку.

3. Модель на вимогу. Ця модель відноситься до віртуального продукту або послуги, наприклад онлайн-магазинів відео, таких як Amazon Prime Video або Apple TV, де можна переглядати відео протягом певного періоду часу. Іншим прикладом цієї моделі є економічна платформа для фрілансерів і концертів Fiverr, де є можливість бронювати індивідуальне замовлення та отримувати оплату на основі проекту.

4. Модель електронної комерції Amazon була однією з перших і найуспішніших компаній, яка прийняла цифрову бізнес-модель продажу фізичних товарів онлайн. Сьогодні електронна комерція є однією з найвідоміших бізнес-моделей в Інтернеті.

5. Модель ринку. Ця модель відноситься до двостороннього ринку, де продавці та покупці використовують сторонню платформу для торгівлі товарами та послугами. Прикладами такої бізнес-моделі є Uber, що базується на послугах, і eBay і Etsy, що базуються на продуктах.

6. Модель цифрової екосистеми. Цифрові екосистеми наразі є однією з найскладніших, але надійних цифрових бізнес-структур. Alibaba, Amazon, Apple, Google, Tesla та інші організатори екосистеми використовують клієнтів за допомогою різноманітних послуг на кількох платформах. Через вплив

«прив'язки до постачальника», який спричиняють їхні екосистеми, вони можуть підвищити вартість існуючих клієнтів і залучити нових своїми знаннями та даними.

7. Модель спільного доступу / модель доступу через володіння. Це все про «поділ», але в професійному сенсі. Цей підхід дає змогу платити за продукт, послугу чи пропозицію протягом визначеного часу, фактично не володіючи ними. Прикладами є оренда автомобіля (наприклад, Zipcar), квартири (наприклад, Airbnb) або навіть промислового обладнання. Через вплив на власність і доходи, які можна отримати, це була одна з найбільш руйнівних бізнес-моделей. Замість того, щоб лише створювати витрати, автомобіль може стати джерелом готівки.

8. Модель досвіду. Додавання вартості предметам, які були б неможливі без використання цифрових технологій. Наприклад, Tesla зробила революцію в автомобільному секторі, включивши цифрові послуги та навіть цифрову екосистему у свої транспортні засоби, що зараз є основним двигуном її бізнес-моделі. Інший підхід до моделі досвіду полягає в змішуванні кількох досвідів для створення нової орієнтованої на клієнта екосистеми.

9. Модель передплати. Всі знайомі з Netflix і Office 365. Це чудові приклади традиційного передплатного бізнесу. Щомісяця/щороку користувач отримує доступ, оновлення послуги тощо. Особливо популярні підписки на програмне забезпечення та членство.

10. Модель Open-Source. Одним із найуспішніших прикладів відкритого коду є Firefox. Програмне забезпечення доступне для завантаження, використання та внеску в світову спільноту. Зазвичай він залучає багато (безкоштовних) ресурсів для вдосконалення програмного забезпечення. Бізнес-стратегія Firefox покладається на пошукові системи для винагороди та партнерства. Оскільки споживач не зможе використовувати програмне забезпечення для стабільної бізнес-моделі, відкрите програмне забезпечення не обов'язково є бізнес-планом. Red Hat розповсюджує Linux безкоштовно, а потім заробляє гроші через навчання, послуги та хостинг.

11. Модель отримання прихованого доходу. Клієнти не завжди можуть побачити прибуток з першого погляду. У результаті збору та аналізу даних можуть виникнути інші потоки створення цінностей. В основі платформ і цифрових послуг можуть лежати приховані бізнес-моделі. Приклад Mozilla, де браузер з відкритим кодом заробляє гроші на ліцензіях на інтеграцію інших пошукових систем. Підприємствам дуже важливо розуміти свій потенціал і чи є додаткові можливості для поєднання існуючої бізнес-моделі з іншою для отримання додаткового доходу. Однак приховане виробництво грошей може призвести до негативних наслідків при роботі з даними та необхідними клієнтами. Cambridge Analytica є прекрасним прикладом такої негативної реакції, яка призвела до серйозних наслідків для обох організацій.

Крім них, існує ще кілька бізнес-моделей. Club Affinity – співпраця з іншими організаціями. Послуги з автоматизацією – автоматизовані послуги, які традиційно виконують люди. Цифрова бізнес-модель пакетування – пов'язані продукти упаковуються разом. Краудсорсинг – внесення внесків, які винагороджують зрозумілих користувачів за їхні внески (зазвичай гроші або благодійні цілі). Цифрова бізнес-модель перетворення даних в активи – застосування передових технологій до старих галузей [5].

Можливостей для успіху багато, оскільки цифрові технології стають новою нормою. Однак знати місце призначення є критично важливим перед тим, як вибрати цифрову бізнес-модель для впровадження в підприємницьку діяльність.

Висновки. Отже, цифрові організації, щоб покращити клієнтський досвід, як правило, інвестують у новітні цифрові платформи. Цифрові бізнес-моделі мають різні характеристики, декілька з яких зазвичай застосовуються одночасно. Цифрові бізнес-моделі базуються на нових для ринку послугах. Компанії використовують цифрові технології для охоплення потенційної аудиторії. Цифрові бізнес-моделі створюють унікальну цінність для клієнтів. Цифрова бізнес-модель є результатом взаємодії між потребами клієнтів і можливими доступними технологіями. Найважливіше те, що цифрові бізнес-моделі використовують і покладаються на технології, які не тільки пропонують кращі продукти та послуги, але й забезпечують персоналізований і значущий досвід клієнтів. Цифрова стратегія має вирішальне значення для успіху бренду.

Список використаної літератури:

1. Bican, Peter M., Alexander Brem. Digital business model, digital transformation, digital entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? Sustainability. 2020. 12(13): 5239. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/13/5239>
2. Benjamin Talin. 11 Digital Business Models you should know incl. examples. 2021. URL: <http://surl.li/hsvdh>
3. Digital business models. URL: <https://dig.watch/topics/digital-business-models>
4. Kovalenko B., Kovalenko E., Yakovleva T. Digital business models and company growth opportunities in the energy market. E3S Web of Conferences. EDP Sciences, 2021. T. 250. C. 600.
5. Soren Kapla. 5 Digital Business Models for Start-Ups & New Venture Innovation. URL: <http://surl.li/hsvvcx>
6. Top 10 Digital Business Models for Online Companies [Examples]. DevriX. URL: <http://surl.li/hsvcr>
7. What is a digital business model? Innolytics AG. URL: <https://innolytics-innovation.com/digital-business-model>
8. Богоявленська Ю.В. Цифрові бізнес-моделі [Електронний ресурс] : конспект лекцій з дисципліни «Цифрові бізнес-моделі» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 051 «Економіка». – Житомир : Житомирська політехніка, 2021. – Режим доступу: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/folder/view.php?id=111039>

СТАН РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Розвиток діджиталізації є невід'ємною складовою сучасного світу, і Україна не є винятком.

В Україні діджиталізація економіки є одним з пріоритетних напрямів розвитку, оскільки вона сприяє розвитку інноваційних технологій та підвищенню економічного потенціалу країни. Уряд та бізнес активно сприяють цьому процесу, зокрема, за допомогою створення сприятливого екосистеми для розвитку ІТ-галузі та стартапів, впровадження електронних послуг та інших інноваційних проєктів.

Один з успішних прикладів діджиталізації економіки в Україні – це розвиток фінтех-індустрії, зокрема, за допомогою впровадження безготівкових технологій та електронних платіжних систем. Також в Україні вже досить активно використовуються різні інструменти діджитал-маркетингу, такі як соціальні мережі, контекстна реклама, email-маркетинг та інші.

Існують певні умови, які можуть сприяти її подальшому розвитку:

- Інфраструктура: Наявність швидкого та надійного інтернет-з'єднання, що дає можливість передавати великі обсяги даних, є ключовим чинником для розвитку діджиталізації.

- Підтримка держави: Державна підтримка може забезпечити діджиталізацію в Україні. Законодавче поле, що регулює діяльність у цій галузі, а також фінансування проєктів з діджиталізації, можуть стати сильними інструментами підтримки.

- Технічна експертиза: Кваліфіковані фахівці з інформаційних технологій можуть бути ключовими фігурами для розвитку діджиталізації в Україні. Вони забезпечують ефективне використання інструментів діджиталізації та створення нових продуктів та послуг.

- Ринкова конкуренція: Конкуренція між підприємствами та інституціями може стимулювати розвиток технологій діджиталізації. Це може призвести до створення нових продуктів та послуг, які підвищують якість життя населення та забезпечать додаткові можливості для бізнесу.

- Культурні чинники: Розвиток культури цифрової комунікації та інформаційної грамотності може допомогти забезпечити успішну реалізацію проєктів з діджиталізації. Населення повинне мати доступ до інформації та розуміти, як ефективно використовувати інструменти діджиталізації.

- Інвестиції: Інвестиції в інфраструктуру, технічну експертизу та розробку продуктів та послуг діджиталізації можуть забезпечити їх швидкий розвиток та поширення на всю територію України.

- Інновації: Здатність до інновацій та розробка нових технологій. Розробники програмного забезпечення та апаратного забезпечення повинні продовжувати працювати над новими інноваційними рішеннями.

В цілому стан розвитку діджиталізації економіки в Україні є складним та розмаїтим. З одного боку, діджиталізація вже стала необхідною складовою розвитку економіки та бізнесу в Україні. З іншого боку, багато питань, пов'язаних із діджиталізацією, залишаються відкритими та потребують додаткового вирішення. Діджиталізація може мати численні переваги для економіки країни, серед яких наступні:

1. Збільшення продуктивності: Діджиталізація може забезпечити автоматизацію та оптимізацію процесів, що дозволить збільшити продуктивність роботи та знизити витрати на виробництво.

2. Розвиток нових ринків: За допомогою діджиталізації, компанії можуть розширити свій географічний охоплення та залучити нових клієнтів, які раніше були недоступними.

3. Покращення конкурентоспроможності: Діджиталізація дозволяє компаніям швидко реагувати на зміни в ринкових умовах та забезпечувати свою конкурентоспроможність.

4. Залучення інвестицій: Країни, які активно розвивають діджиталізацію, стають більш привабливими для інвесторів, оскільки це свідчить про їх готовність до інновацій та розвитку.

5. Покращення якості життя: Діджиталізація може забезпечити розвиток нових технологій в таких галузях, як охорона здоров'я, освіта, транспорт та інфраструктура, що сприятиме покращенню якості життя громадян.

6. Зменшення екологічного впливу: Діджиталізація може допомогти зменшити використання паперу, знизити кількість відходів та впливати на зменшення викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище.

Одним з найбільших досягнень в цій сфері є створення законодавчої бази, яка регулює різноманітні аспекти діджиталізації. У 2020 році було прийнято закон «Про електронні довірчі послуги», який регулює використання електронного підпису та інших електронних документів у різних сферах діяльності. Також був прийнятий закон «Про захист персональних даних», який регулює використання персональних даних громадян та обов'язки їх збереження.

Уряд України активно працює над розвитком інфраструктури, необхідної для діджиталізації економіки. Особлива увага приділяється розвитку швидкісного Інтернету та створенню інформаційних систем, необхідних для електронної торгівлі та електронного урядування.

Хоча Україна зробила певні кроки для розвитку діджиталізації економіки, все ж існують деякі проблеми, які гальмують цей процес. До таких проблем можна віднести: Недостатня інфраструктура. Не всі регіони України мають доступ до швидкісного Інтернету, що є важливою передумовою для розвитку діджиталізації. Крім того, деякі місцеві уряди поки не надають достатньої підтримки для впровадження інфраструктури ІТ. Недостатня кількість висококваліфікованих фахівців. Україна має багато талановитих програмістів, але бракує висококваліфікованих фахівців з досвідом роботи з великими проектами та знанням сучасних технологій. Низький рівень комп'ютерної грамотності. Більшість населення не має достатньої комп'ютерної грамотності, що ускладнює використання електронних послуг та зменшує запит на ці послуги. Відсутність відповідного законодавства та правил. Не завжди законодавство дозволяє забезпечити безпеку та захист персональних даних в мережі Інтернет, що є важливим фактором для розвитку електронної комерції та інших діджитал-послуг. Недостатня підтримка державних органів. Багато державних органів не мають відповідної електронної інфраструктури, що ускладнює взаємодію з населенням та підприємствами та зменшує ефективність державного управління. Щоб розв'язати ці проблеми, необхідно збільшити інвестиції в розвиток інфраструктури, зокрема, підключення до швидкісного Інтернету в усіх регіонах країни. Також варто збільшити кількість програм навчання та підвищення кваліфікації фахівців з інформаційних технологій, щоб забезпечити належний рівень комп'ютерної грамотності.

Уряд повинен розробити та прийняти відповідне законодавство, яке забезпечуватиме безпеку та захист персональних даних в мережі Інтернет, а також створити сприятливі умови для розвитку електронної комерції та інших діджитал-послуг. Державні органи мають забезпечити наявність електронної інфраструктури та взаємодії з населенням та підприємствами за допомогою електронних каналів зв'язку. Загалом, розвиток діджиталізації економіки в Україні потребує комплексної підтримки та співпраці між державою, бізнесом та населенням. Відповідні кроки мають бути направлені на забезпечення доступності та якості електронних послуг для всіх верств населення та розвиток діджитал-інфраструктури в країні.

Роблю висновок, що за останні кілька років Україна активно розвивається у сфері діджиталізації економіки. Держава встановлює необхідну інфраструктуру та стимулює інноваційні проекти в галузі цифрових технологій. Однак, в цілому рівень діджиталізації економіки України ще далеко від європейських та світових показників. Основні напрями розвитку діджиталізації економіки в Україні включають в себе такі сфери як електронна комерція, онлайн-банкінг, розробка програмного забезпечення, інформаційна безпека, розвиток штучного інтелекту та блокчейн технологій. Нові технології дозволяють покращувати якість життя громадян, підвищувати продуктивність виробництва та ефективність державного управління. Уряд України активно працює над створенням необхідних умов для розвитку діджиталізації економіки. Для цього були прийняті ряд законодавчих актів, які регулюють діяльність в галузі діджиталізації. Зокрема, була прийнята концепція розвитку цифрової економіки та суспільства до 2025 року. Також створено органи державного управління, які відповідають за розвиток діджиталізації. Проте, українська економіка ще має значні проблеми, які ускладнюють розвиток діджиталізації. Зокрема, це корупція, недостатня інфраструктура, висока вартість послуг зв'язку та доступу до Інтернету, недостатній рівень освіти та низька культура цифрових технологій. Для подальшого розвитку діджиталізації економіки в Україні, необхідно знайти рішення цих проблем.

Загалом, стан розвитку діджиталізації економіки в Україні є позитивним, але вимагає подальшого розвитку та покращення. Україна має великий потенціал у галузі діджиталізації, і це може стати одним з ключових факторів її економічного зростання та конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Список використаної літератури:

1. Габровська, О. М. (2021). Діджиталізація економіки України: стан, проблеми, перспективи. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України, 1(49), 71-77.
2. Максимов, С. І., & Леонов, С. О. (2020). Діджиталізація економіки України: тенденції та проблеми. Економіка: реалії часу, 4(44), 12-19.

**РЕАЛІЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ
ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ СУСПІЛЬСТВА І ДЕРЖАВИ**

Цифрова економіка стала однією з найбільш швидко розвиваючихся галузей у світі, проте з її зростанням виникають нові виклики та можливості для суспільства та держави. З одного боку, цифрові технології надають безліч нових можливостей для бізнесу, науки та особистого розвитку. З іншого боку, зростання цифрової економіки може призвести до збільшення рівня безробіття, зниження якості життя та насильства, а також підвищення нерівності. У дослідженні будуть розглянуті нові можливості та виклики, пов'язані з розвитком цифрової економіки, а також рекомендації щодо того, як забезпечити баланс між ними. Цифрова економіка охоплює широкий спектр технологій та інновацій, які впливають на всі сфери життя – від економіки та промисловості, – до освіти та культури. Ці технології можуть принести безліч нових можливостей для суспільства та економіки, але вони також створюють виклики для держав та суспільства.

Однією з ключових переваг цифрової економіки є здатність прискорювати інновації та розвиток бізнесу. Цифрові технології дозволяють компаніям швидше та ефективніше розробляти та впроваджувати нові продукти та послуги, що може підвищити їх конкурентоспроможність та прибутковість. Крім того, цифрові технології дозволяють підвищити ефективність бізнесу, зменшити витрати та покращити якість продуктів та послуг. Однак, цифрова економіка також створює виклики для суспільства та держави. Зокрема, цифрові технології можуть призвести до збільшення безробіття та нерівності у суспільстві. Це пов'язано з тим, що деякі види робіт можуть бути автоматизовані та замінені цифровими технологіями, що може призвести до зменшення кількості робочих місць та збільшення рівня безробіття. Крім того, зростання цифрової економіки може підвищити нерівність, оскільки не всі групи населення мають однаковий доступ до цифрових технологій та можливостей, які вони надають [1].

Для того, щоб забезпечити баланс між новими можливостями та викликами, пов'язаними з цифровою економікою, держави повинні приймати активну роль у регулюванні цього процесу. Одним з ключових завдань є забезпечення доступу до цифрових технологій та знань для всіх груп населення. Це може включати в себе розвиток інфраструктури, програм підвищення цифрової грамотності та підтримку розвитку інноваційних підприємств, які створюють нові робочі місця. Крім того, держави повинні розвивати регуляторні рамки, які забезпечують захист прав споживачів, конкуренції та приватності даних. Це допоможе зменшити ризики, пов'язані з використанням цифрових технологій, та зберегти довіру споживачів. Також важливо розвивати міжнародну співпрацю в галузі цифрової економіки. Це може включати в себе створення спільних стандартів та правил, співпрацю в галузі науково-дослідницьких робіт та обмін досвідом та знаннями [1, 2, 3].

Усі ці заходи допоможуть забезпечити розвиток цифрової економіки, яка буде сприяти створенню нових можливостей для бізнесу та споживачів, а також збереже довіру та підтримку суспільства. Однак, для досягнення цього необхідно продовжувати дослідження та вдосконалення стратегій розвитку цифрової економіки, щоб врахувати нові технології та виклики, які вони створюють.

Зростання цифрової економіки має безліч нових можливостей для розвитку бізнесу, науки та особистого розвитку [2]. Однак, воно також приносить з собою нові виклики, пов'язані зі збільшенням рівня безробіття, зниженням якості життя та насильства, а також підвищенням нерівності. Для того, щоб забезпечити баланс між новими можливостями та викликами, необхідно розвивати соціальні програми та політики, спрямовані на підвищення доступності цифрових технологій для всіх верств населення. Крім того, потрібно забезпечити навчання та підготовку населення до роботи в цифровій економіці, а також розвивати механізми регулювання, щоб забезпечити захист прав та інтересів громадян та бізнесу в цифровому просторі. Тільки таким чином можна забезпечити сталий розвиток цифрової економіки та забезпечити користь для всього суспільства в цілому.

Список використаної літератури:

1. World Economic Forum. (2021). The Global Competitiveness Report 2020. – URL : <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2020> (дата звернення 20.04.2023 р.)
2. European Commission. (2020). Digital Economy and Society Index (DESI) 2020. – URL : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi> (дата звернення 17.04.2023 р.)
3. International Labour Organization. (2021). World Employment and Social Outlook 2021: The role of digital labour platforms in transforming the world of work. – URL : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_783457.pdf (дата звернення 21.04.2023 р.).

ПЛАТФОРМІЗАЦІЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В БІЗНЕСІ ТА ЕКОНОМІЦІ

Цифровізація – глобальна тенденція, що сприяє пришвидшенню трансформації управління, зміні підходів до прийняття управлінських рішень з урахуванням використання ІТ, big data science, AI. Знання перестали сприйматись виключно як інтелектуальний ресурс, а як база інформації, інформації про систему взаємозв'язків. Компанії використовують їх для формування нових бізнес-моделей, ефективних в сучасних умовах.

Сучасні бізнес-моделі [3], відмінні від традиційних, третім елементом в процесі творення містять платформізацію. Саме тому платформізація у багатьох джерелах називається «загрозою традиційного бізнесу». Розгортання цифрової платформи ще й є дешевшим, ніж розгортання виробництва чи побудова «фізичної» розгалуженої мережі для надання послуг. Потреба створення і утримання матеріально-технічної бази нівелюється, утримання штату найманих працівників також — переважна кількість функцій може бути передана на аутсорс.

Одним з успішних прикладів створення і використання переваг платформізації є зміна традиційних сервісів замовлення таксі на користь мобільних додатків. Це бізнес-моделі таких компаній як Uber, Uklon, Bolt – компанії не мають власного автопарку (автомобілі належать їх власникам, які реєструються у додатку), не мають диспетчерів (які забезпечували контакт замовника та водія), але при цьому можуть задовольняти потреби споживачів та забезпечувати роботою водіїв. Власне, саме тому виник термін «уберизація», який і характеризує новий підхід до побудови бізнес-моделі, яка усуває посередників (диспетчерів) та забезпечує зниження витрат [4]. Створення сучасного цифрового простору та відповідних платформ є вигідним для всіх, але дажеско не для кожного традиційного бізнесу.

Впливаючи позитивно на розвиток бізнесу, платформізація є частиною цифрової трансформації, що відбувається в таких масштабах і зі швидкістю, які менеджери вважають одночасно загрозливими та багатообіцяючими. Результати дослідження «коріння» цифрової трансформації представлено у праці засновника MIT Media Lab Ніколаса Негропonte 1995 року «Бути цифровим», з представленням «взаємозамінності» бітів і атомів: «будь-яка форма інформації, яка існує у вигляді атомів (наприклад, книги та DVD), може бути представлена бітами на цифровому пристрої» [4]. Це фундаментальне розуміння відпочатку було закладено в основу раннього зростання електронної комерції, а також широкого розгортання в більш традиційних галузях інформаційних систем, наприклад, для відстеження відправлень за допомогою FedEx, управління запасами за допомогою Walmart і щоденного відстеження покупок на мільйони сніків Frito-Lay своїми драйверами маршрутів продажів [2]. Відтоді організації широко впроваджували цифрові технології, модифікували процеси, щоб зробити їх цифровими, і загалом ставали більш обізнаними в цифрових технологіях, але, подекуди, без «архітектури», загальної структури чи стратегії. Наприклад, в Україні одним із завдань стратегічного управління цифровою трансформацією стала необхідність розширення спектру та поліпшення якості державних послуг завдяки переходу від електронного до цифрового уряду, функціонування якого дозволяє реалізувати механізми цифрової інклюзивності.

У період повномасштабного вторгнення РФ в Україну запит на цифрові сервіси зріс, безпека платформ, які гарантують збереження даних клієнтів і користувачів, посилилась, міжнародне партнерство посилюється. Правило «переваги першого гравця» [1] збереглося, тому що є набагато менше часу, щоб реагувати на виклики і загрози.

Цифрова трансформація та цифрові інвестиції, безсумнівно, є правильним рішенням для більшості організацій, проте їм все ще важко досягнути очікуваних результатів, адже від 66 до 86 % проєктів цифрової трансформації зазнають невдачі через відсутність розуміння нових компетенцій і бізнес-моделі. Зазначене вимагає подальшої трансформації й підвищення ефекту від провадження цифрових рішень у бізнес-процесах [1].

В цілому цифрова ефективність — показник для оцінки розвитку і економіки, і бізнесу, рівень діджиталізації – про потенціали країни, організацій, зокрема інвестиційний. Платформізацію ми визначаємо однією з передумов й важливих основ для підвищення цифрової ефективності в бізнесі та економіці.

Список використаної літератури:

1. How do you measure digital transformation? 5 metrics to know (2020). URL: <https://blog.walkme.com/measure-digital-transformation>.
2. Богоявленська Ю.В. (2021). Цифрові бізнес-моделі : конспект лекцій з дисципліни «Цифрові бізнес-моделі» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 051 «Економіка». URL: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/folder/view.php?id=111039>.
3. Колешня Я.О. Цифрові платформи як ефективна бізнес-модель. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230472>

В.М. Ковальчук, бакалавр III курсу, гр. ЕК-4, ФБСО
Науковий керівник: Н.Л. Овандер, к.е.н., доц. каф. фінансів та цифрової економіки
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЦИФРОВА ІНФРАСТРУКТУРА В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС

Цифрова інфраструктура стала невід'ємною частиною розвитку сучасного світу. Вона дозволяє покращити якість життя громадян та підвищити ефективність різних галузей економіки. Цифрова інфраструктура визначається як сукупність технічних засобів та послуг, що забезпечують функціонування цифрового середовища. Вона є одним з ключових елементів цифрової трансформації, яка має на меті забезпечити конкурентоспроможність країни у світі. Сьогодні ми спостерігаємо розширення цифрової інфраструктури в Україні та країнах ЄС. Однак, рівень розвитку цифрової інфраструктури в різних країнах може відрізнятися в залежності від багатьох факторів, таких як політична ситуація, економічний розвиток та інвестиційні можливості. Який рівень розвитку цифрової інфраструктури в Україні у порівнянні з країнами ЄС? У чому полягає сутність основних проблем та викликів, з якими стикаються ці країни в процесі цифровізації та чи можливі шляхи подальшого розвитку цифрової інфраструктури?

Україна веде активну роботу над розвитком цифрової інфраструктури. Відповідно до Дослідження цифрового розвитку України, проведеного у 2021 році, Україна посідає 46 місце у світі за рівнем розвитку цифрових технологій. Україна має потужний інтернет-ринок, що стимулює розвиток цифрових технологій та залучення іноземних інвесторів. Українська влада активно підтримує цифрову індустрію, надаючи пільги та знижки на податки для компаній, які займаються розробкою цифрових технологій [1].

Український додаток «Дія» є одним з найбільш успішних прикладів використання цифрових технологій для спрощення взаємодії держави з громадянами та бізнесом. Він є одним з ключових проєктів цифрової трансформації в Україні та був створений для того, щоб забезпечити простий та зручний доступ до державних послуг, що дозволяє уникнути бюрократичних перешкод та зекономити час для громадян.

Дія має декілька важливих можливостей. Зокрема, на сайті та в додатку можна отримати електронні версії різних документів, наприклад, свідоцтва про народження, паспорти, водійські посвідчення, реєстраційні свідоцтва та інші. Крім того, можна оформляти електронні заявки на отримання паспорта чи ID-картки, змінювати місце проживання, реєструвати автомобілі та здійснювати багато інших операцій.

Окрім цього, Дія містить функції, що спрощують взаємодію з державними органами. Наприклад, користувач може стежити за статусом своєї заявки, спілкуватися з державними службовцями в онлайн-режимі та отримувати повідомлення про стан своїх документів. Одним з основних завдань Дії є забезпечення ефективної комунікації між громадянами та державними органами. Це дозволяє покращити якість надання послуг, зменшити кількість бюрократичних процедур та забезпечити більш швидку та зручну взаємодію між державою та громадянами. У країнах Євросоюзу не існує точного аналога додатку Дія в Україні, оскільки кожна країна має власну систему державних електронних послуг. Проте, багато країн ЄС розвивають свої власні цифрові ініціативи та додатки, щоб полегшити взаємодію між державою та громадянами та забезпечити доступ до різноманітних державних послуг онлайн. Тому у країнах ЄС також існує чимало цікавих та корисних додатків, які полегшують життя громадянам та допомагають забезпечити більш ефективну роботу урядових структур [2].

Одним із найбільш успішних прикладів цифрової інфраструктури в ЄС є Естонія, яка забезпечує своїм громадянам доступ до цифрових послуг державних органів через єдину ідентифікаційну систему e-ID. Це дозволяє забезпечити безпеку та зручність користування цифровими послугами, такими як електронна виписка з лікарняних, електронні податкові декларації та багато іншого. Крім того, Естонія веде активну політику розвитку кібербезпеки та просуває цифрову грамотність серед своїх громадян. Від 2005 року країна здійснює стратегічний курс на розвиток цифрової економіки, що принесло їй значні результати у плані зручності та доступності послуг для громадян та бізнесу. Серед найбільш відомих проєктів у сфері цифрової інфраструктури в Естонії можна відзначити такі: електронний громадянин (програма, яка дозволяє іноземним громадянам отримати ідентифікаційну картку Естонії та використовувати цифрові послуги країни, не виходячи зі свого місця проживання, за допомогою цієї програми можна відкривати бізнес у Естонії, вести ділові переговори та користуватися банківськими послугами); електронна ідентифікація та цифровий підпис (інструменти, які дозволяють громадянам та бізнесу підписувати документи в електронному вигляді та отримувати доступ до різних державних та комерційних сервісів); електронна система голосування (система, яка дозволяє громадянам голосувати на виборах за допомогою мобільних додатків чи комп'ютерів); електронна система здоров'я (система, яка дозволяє громадянам отримувати медичні послуги онлайн, в тому числі отримувати рецепти на ліки та записуватися на прийом до лікаря). Для реалізації цього в Естонії існує єдиний додаток «e-Estonia», який дозволяє громадянам отримувати доступ до різних державних сервісів, включаючи електронну ідентифікацію та цифровий підпис. У Фінляндії існує додаток «Suomi.fi», який дозволяє громадянам та бізнесу здійснювати різні

адміністративні процедури онлайн, включаючи заявки на допомогу з безробіття та зміни адреси проживання. У Франції та Німеччині також існують цифрові ініціативи, такі як dmp.gouv.fr та De-Mail, що спрощують процес взаємодії між громадянами та державою.

Ще одним з багатьох прикладів є додаток MyGov, який був запроваджений у Ірландії та дозволяє громадянам взаємодіяти з урядовими структурами та виконувати різноманітні операції, такі як подача заявок на отримання документів, сплату податків тощо. Додаток також має функцію повідомлень, яка дозволяє користувачам отримувати важливі сповіщення від уряду країни.

В країнах ЄС широко використовуються електронні ідентифікатори та цифрові підписи, які дозволяють громадянам та бізнесу здійснювати різні адміністративні процедури онлайн. Наприклад, у Німеччині існує електронний ідентифікатор «nPA», який дозволяє громадянам отримувати доступ до державних сервісів та здійснювати транзакції онлайн. У Швеції існує цифровий підпис «BankID», який дозволяє громадянам та бізнесу здійснювати фінансові операції та адміністративні процедури онлайн.

Важливим аспектом цифрової інфраструктури в країнах ЄС є також відкриті дані та електронний уряд. У Данії існує проект «Digitaliseringsstyrelsen», який займається розвитком цифрової інфраструктури та забезпечує доступ до відкритих даних [3]. Тож хоча точного аналога додатку Дія в країнах ЄС немає, багато країн розвивають свої власні цифрові ініціативи та додатки, щоб полегшити взаємодію між державою та громадянами та забезпечити доступ до різноманітних державних послуг онлайн. Загалом, в країнах ЄС цифрова інфраструктура розвивається швидко та активно. Уряди країн ЄС активно впроваджують цифрові технології та створюють інфраструктуру, яка спрощує взаємодію громадян та бізнесу з державою. Такі ініціативи сприяють покращенню якості життя громадян та забезпечують ефективність та прозорість роботи урядів.

У порівнянні з Україною, країни ЄС мають вищий рівень розвитку цифрових технологій. У порівнянні з Дослідженням цифрового розвитку України, звіт Європейської комісії «Цифровий індекс Європи» показує, що країни ЄС ведуть активну роботу над цифровим розвитком. Зокрема, у 2021 році Данія, Швеція та Фінляндія очолювали рейтинг країн ЄС з найвищим рівнем цифрового розвитку, тоді як Україна знаходилася на 22 місці серед країн Європи. Країни ЄС зосереджують увагу на розвитку цифрової інфраструктури в різних галузях, включаючи громадський транспорт, медицину, освіту та енергетику. Проте у країнах ЄС також є певні проблеми та виклики, пов'язані з розвитком цифрової інфраструктури, такі як нерівний доступ до інтернету та технологій, проблеми кібербезпеки та розвитку штучного інтелекту. Проте, націленість на вдосконалення цифрової інфраструктури та технологій дозволяє їм успішно долати ці виклики та рухатися вперед [3].

Країни ЄС можуть слугувати прикладом для України в аспекті розвитку цифрової інфраструктури та технологій. Наприклад, Естонія має одну з найбільш розвинених електронних систем у світі, яка дозволяє громадянам здійснювати багато різних послуг онлайн, включаючи голосування. Франція розвиває технології Інтернету речей, а Німеччина активно розвиває технології штучного інтелекту. Та водночас, Україна має свої переваги у розвитку цифрової інфраструктури, наприклад, доступ до досвідчених ІТ-фахівців та зростаючого ринку цифрової індустрії. Україна також може використовувати своє географічне положення як перевагу для розвитку цифрової інфраструктури, яка дозволить забезпечити швидкий та надійний доступ до інтернету та технологій в регіонах, де він ще належним чином не розвинений.

Обидва регіони мають потенціал для подальшого розвитку цифрових технологій, які можуть забезпечити більш ефективне функціонування різних галузей економіки та підвищити якість життя людей. Проте, для України важливо звернути увагу на розвиток інфраструктури, якість з'єднання та підтримку цифрової індустрії. Одним з ключових завдань для України є розвиток цифрової освіти та підвищення рівня інформаційної грамотності серед населення. Отже, слід продовжувати зосереджувати увагу на розвитку доступної та якісної інфраструктури для навчання онлайн, створенні сприятливих умов для розвитку цифрової індустрії та забезпеченні безпеки в інтернеті.

У підсумку, можна сказати, що Україна та країни ЄС активно працюють над розвитком цифрової інфраструктури, що дозволить покращити якість життя населення та забезпечити ефективність різних галузей економіки. У порівнянні з країнами ЄС, в Україні цифрова інфраструктура є менш розвиненою, проте вже зараз здійснюються вагомі кроки для її розвитку та підвищення якості. Розвиток цифрової інфраструктури в Україні вимагає комплексного підходу, включаючи в тому числі підтримку державних ініціатив, підвищення інвестицій в цифрову інфраструктуру, підвищення кваліфікації фахівців та активне залучення громадськості.

Список використаної літератури:

1. Цифрова адженда України. 2020. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
2. Струтинська І.В. Метрики цифрової трансформації бізнесу: світові та вітчизняні реалії. 2019. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/61/764.pdf>.
3. Digital Economy and Society Index. 2021. URL: <http://surl.li/hsvmu>.

І.І. Кучинський, здобувач
О.К. Кушнір, к.е.н., доц. каф. економіки підприємства
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрова економіка істотно змінює традиційні бізнес-процеси. За досягнення найбільш складних рівнів цифровізації в економіці відбувається кардинальна трансформація виробничих відносин учасників, результатом якої є об'єднання виробництва і послуг в єдину цифрову (кіберфізичну) систему, в якій:

- усі елементи економічної системи присутні одночасно у вигляді фізичних об'єктів, продуктів і процесів, а також їх цифрових копій (математичних моделей);
- усі фізичні об'єкти, продукти і процеси за рахунок наявності цифрової копії та елемента «підключеності» (connectivity) стають частиною інтегрованої ІТ-системи;
- через наявність цифрових копій і будучи частиною єдиної системи всі елементи економічної системи безперервно взаємодіють між собою в режимі, близькому до реального часу, моделюють реальні процеси і прогнозовані стани, забезпечують постійну оптимізацію всієї системи [1, с. 13].

Якісні зміни глобалізованого конкурентного середовища закономірно визначають потребу у пошуку сучасних ефективних засобів системного управління конкурентоспроможністю, серед яких особливу позицію займають позитивний імідж і бездоганна ділова репутація. Формування іміджу є однією із стратегій отримання переваги над конкурентами і одним з елементів виживання компанії в умовах цифрової економіки. Процес формування іміджу потребує максимальної уваги та зусиль з чітким розумінням керівника і персоналу компанії у необхідній значимості створення іміджу.

Імідж має наступні характеристики:

1. Адекватність, правдивість – створений імідж повинен відповідати тому, що є насправді.
2. Імідж – це комплексна характеристика, а не просто торгова марка, дизайн чи картинка, що легко запам'ятовується. Споживач звертає увагу не тільки і не стільки на текст та ілюстрації, а підсвідомо його цікавлять якості, що утворюють індивідуальність фірми.
3. Він ірраціональний, тому сприймається як безальтернативна сутність.
4. Імідж є динамічним і може змінюватися під впливом обставин та нової інформації [2, с. 14].

Формування іміджу залежить від: офіційної політики компанії, корпоративної рекламної комунікації, корпоративної індивідуальності, фірмового стилю компанії, іміджу товару, іміджу партнерів, візуальних засобів. Специфіка іміджу як атрибуту компанії проявляється в тому, що він існує незалежно від зусиль самої компанії і, потребує постійної оцінки і корекції. Імідж формується по-різному для різних груп населення, оскільки бажана поведінка цих груп по відношенню до компанії може відрізнятися. Синтез ідей про компанію, властивий різним групам громадськості, створює більш загальну і ємну ідею компанії, що можна назвати корпоративним іміджем.

Проблема вітчизняних компаній – це неорганізовані бізнес-процеси, без чіткого структурування яких неможливо провести повноцінний перехід у цифрову сферу. Цифрова трансформація повинна проводитися в певній послідовності після детального аналізу поточного стану ІТ. Спочатку компанії повинні сформулювати ескіз розвитку, провести аудит поточного стану готовності до цифрової трансформації, проаналізувати потреби клієнтів, встановити цілі та визначити пріоритети цифрового розвитку, забезпечити збір засобів цифрової трансформації. За допомогою аналізу готовності до цифрової трансформації компанія зможе визначити та надати оцінку своїй цифровій зрілості та збудувати ефективну модель впровадження змін [3, с. 52].

Отже, імідж компанії вибудовують працівники компанії з залученням маркетингових технологій: public relations, сейлзпромоушен (стимулювання збуту), реклама, власних продаж. При сформованому позитивному іміджі відбувається підвищення престижу компанії, що збільшує цінність самого бренду, підвищення конкурентоздатності компанії, можливість виходу на нові ринки збуту, що призведе до соціального та економічного ефекту, в результаті якого компанія буде ефективно функціонувати та підвищувати вже набутий позитивний імідж.

Список використаної літератури:

1. Цифрова економіка : тренди, ризики та соціальні детермінанти. *Центр Разумкова*. Видавництво «Заповіт», 2020. 274 с. URL : https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf (дата звернення : 13.04.2023).
2. Дячук М. В., Буга Н. Ю. Формування та підтримка іміджу підприємства. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2017. № 2. С. 12-16.
3. Фролова Л. В., Бойко І. М. Трансформація підприємництва в умовах цифрової економіки. *Економіка : реалії часу. Науковий журнал*. 2021. № 2 (54). С. 47-56.

А.О. Мікрюкова, бакалавр 2 курс, гр. ЕК-5, ФБСО

К.Л. Похильченко, бакалавр 2 курс, гр. ЕК-5, ФБСО

Науковий керівник: Н.Л. Овандер, к.е.н., доц. каф. фінансів та цифрової економіки

Державний університет «Житомирська політехніка»

ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ІНФОРМАЦІЇ ТА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

Світова пандемія та тривалі воєнні дії спричинили суттєві зміни у повсякденному житті людей і підкреслили важливість розвитку телекомунікаційних технологій та зв'язку. Розвиток цієї сфери економіки виявився особливо актуальним для мільйонів українців, які опинилися в обставинах дистанційної зайнятості і для яких в один момент найбільш затребуваними стали такі цифрові рішення, як хмарні сервіси, онлайн-портали, чат-боти тощо. Однією із позитивних сторін функціонування підприємств сфери інформації та телекомунікацій є привернення уваги інвесторів. Основні напрями інвестування у підприємства сфери представлені на рис. 1 [1].

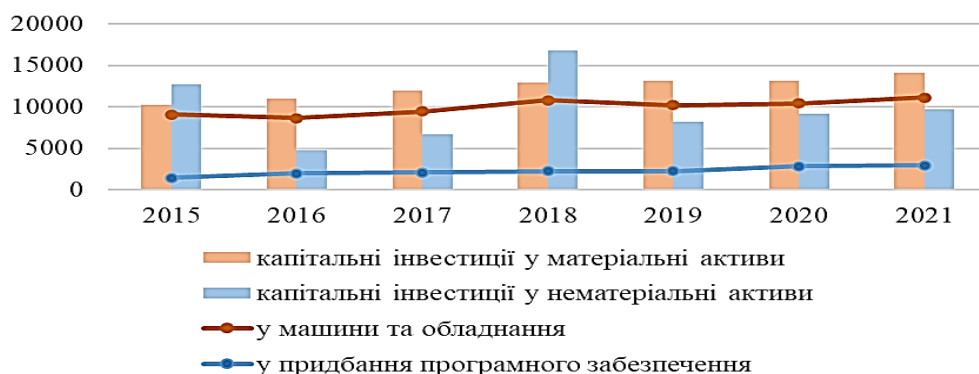


Рис. 1. Динаміка напрямів інвестування в Україні у сферу інформації та телекомунікацій

Як бачимо за даними рис. 1, найменший обсяг інвестицій протягом усього періоду спостереження припадав на закупівлю та інсталяцію необхідного програмного забезпечення порівняно. Проте більш важливий для цієї сфери показник інвестицій у машини та обладнання в період з 2015 р. по 2021 р. мав позитивну динаміку. Суттєву частку в загальному обсязі інвестицій в українські підприємства мають прямі іноземні інвестиції, що подекуди мають вирішальне значення для сфери.

Всі ці обставини сприяли збільшенню кількості наукових досліджень та практичних розробок щодо підвищення якості та швидкості передачі даних, створення нових пристроїв та програмного забезпечення та ін. Таким чином, сьогодні в сфері інформації та телекомунікацій активно впроваджуються [2]: *імерсивні технології* – віртуальної (VR), доповненої (AR) та змішаної реальності (MR) – забезпечують, наприклад, тренування і навчання персоналу в змодельованих середовищах, створення віртуальних конференц-середовищ, візуалізацію даних в інтерактивному режимі; *група технологій і методів Big Data* – аналізують та обробляють величезну кількість даних, як структурованих, так і неструктурованих, для отримання корисних знань про клієнтський досвід; *хмарні технології* – дозволяють клієнтам отримати доступ до комп'ютерних ресурсів як до онлайн-сервісу; забезпечують гнучку і масштабовану платформу для зберігання великих обсягів даних у безпечних місцях; *автономні речі* – включають автономні транспортні засоби, дрони для зйомки та моніторингу, автономні роботи для виробництва та логістики, а також датчики для управління та оптимізації телекомунікаційних мереж; *Інтернету речей (IoT)* – корисні для моніторингу продуктивності мережі.

Отже, спочатку світова пандемія, а надалі і війна створили нову норму, в якій дистанційна комунікація між працівниками, клієнтами та фізичним офісом стали звичним явищем. Успішна реалізація такого типу комунікації потребує впровадження цифрових технологій, що відкривають нові можливості для бізнесу і клієнтів. Особливо цікавими серед них є: імерсивні технології, група технологій і методів Big Data, хмарні технології, технології крайніх обчислень, автономні речі, IoT.

Список використаної літератури:

1. Зовнішня торгівля України товарами в I кварталі 2023 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua>. – Дата звернення: 09.05.2023.
2. Краус Н.М. Цифрова економіка та інноваційно-підприємницький університет крізь призму конкурентоспроможності / Н.М. Краус, К.М. Краус, О.В. Марченко // Ефективна економіка. – 2020. – № 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/7.pdf.

А.О. Новохатько, бакалавр 2 курсу гр. ЕК-5, ФБСО

М.С. Радчук, бакалавр 2 курсу гр. ЕК-5, ФБСО

Науковий керівник: Н.Л. Овандер, к.е.н., доц. каф. фінансів та цифрової економіки

Державний університет «Житомирська політехніка»

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТА ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ

У сучасному світі, в умовах цифрової економіки, питання цифровізації та переходу організацій на цифрові формати для ведення своєї діяльності стають все більш актуальними. Цифровізація – це процес перетворення традиційних бізнес-процесів, різноманітних продуктів та послуг на цифрові, за допомогою використання різних цифрових технологій та інструментів. Вона передбачає збір, обробку та зберігання інформації в електронному форматі, що дозволяє зменшити час та зусилля, необхідні для обробки даних, а також забезпечує більш точний та ефективний аналіз даних.

Цифровізація стосується різних сфер життя – від бізнесу та виробництва до організації державного управління та соціальних послуг. Завдяки цифровізації можна автоматизувати рутинні процеси, забезпечити більш ефективний та точний моніторинг та аналіз даних, поліпшити комунікацію та взаємодію між людьми та організаціями. Тому перехід на цифровий формат передбачає не лише встановлення сучасного цифрового обладнання, а й в цілому масштабні зміни в управлінні, культурі організації та комунікації з клієнтами і персоналом. Взагалі, він є необхідним для того, щоб організації могли ефективно конкурувати на ринку та відповідати потребам сучасного споживача, який все більше вимагає швидкості та якості обслуговування. Однією з головних перешкод цифровізації є відсутність цифрових стратегій. Цифрова стратегія координує ініціативи цифровізації відповідно до загального стратегічного напрямку та є головним компонентом стратегічного управління. Адже її відсутність призведе до втрати конкурентних переваг, реалізації тільки ізольованих, маломасштабних проєктів в короткостроковій перспективі. Тому доречним є проведення досліджень з метою детального аналізу особливостей формування цифрової стратегії для підприємств.

На сьогоднішній день в Україні проводяться різноманітні заходи, спрямовані на розвиток цифрових технологій і їх використання в різних галузях економіки. Однією з ключових галузей, яка підлягає цифровізації в Україні, є інформаційні технології (ІТ). Україна має потужну ІТ-індустрію, яка створює високоякісне програмне забезпечення та надає послуги з програмування та тестування програм. Окрім ІТ-індустрії, цифровізація в Україні охоплює і інші сфери економіки, такі як фінансовий сектор, телекомунікації, транспорт, освіта, медицина та промисловість.

Одним з ключових елементів цифровізації є використання цифрових платформ. Цифрова платформа – це інфраструктура, що об'єднує різні групи користувачів та надає засоби для обміну інформацією, послугами та товарами. Вона забезпечує зручний доступ до різноманітних цифрових ресурсів та сервісів, а також сприяє взаємодії між учасниками. Цифрові платформи стають все більш важливим інструментом для бізнес-процесів в різних сферах діяльності. Вони можуть допомогти компаніям збільшити ефективність своїх процесів, покращити взаємодію з клієнтами та партнерами, знизити витрати та прискорити час виконання завдань.

Загальні статистичні дані користування цифровими платформами залежать від різних факторів, таких як регіон, населення, культурні переваги та технічний розвиток країн (рис. 1).

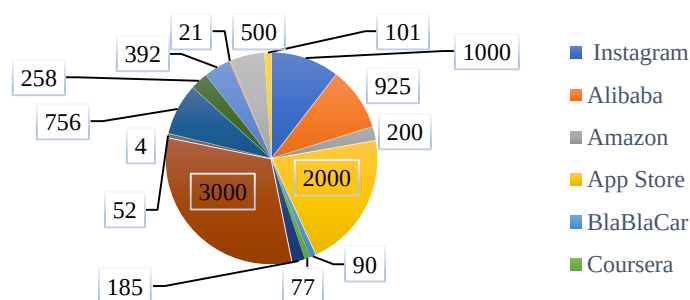


Рис. 1. Кількість користувачів на 2021 рік, млн [2]

Проте, на основі найбільш популярних джерел, можна навести загальні дані користування на глобальному рівні за 2021 рік:

- У 2021 році Uber мав 101 мільйон активних користувачів за місяць у всьому світі та більше 1,98 мільйонів активних водіїв.

- У квітні 2021 року, Microsoft повідомив, що має 258 мільйонів користувачів платформи Microsoft 365.

- На початку 2021 року, App Store мав приблизно 1,96 мільйонів доступних додатків та 1,5 мільярдів пристроїв, які діставалися із iOS. iCloud використовують мільйони користувачів.
- За 2020 рік, Kickstarter мав 4.05 мільйони користувачів, які підтримали 197 000 проєктів.
- У 2021 році, Alibaba Group мала приблизно 925 мільйонів користувачів, а її торгова платформа пропонує більше 18 мільйонів продавців та понад 2 мільярдів продуктів.
- За звітом з квітня 2021 року, Facebook мав 2.8 мільярди активних користувачів на всіх своїх платформах, у той час як Instagram мав 1 мільярд активних користувачів.
- У 2021 році на Coursera зареєстровано більше 77 мільйонів користувачів, та понад півтора тисячі курсів від 200 інститутів.
- У 2021 році, LinkedIn мав понад 756 мільйонів зареєстрованих користувачів та повідомив, що місія платформи в цьому році – допомогти 250 мільйонам користувачів отримати нову роботу, навчитися новому навичку або виконати свої кар'єрні мети.
- У першому кварталі 2021 року Snapchat мав більше 500 мільйонів активних користувачів на місяць в цілому, а понад 60 % користувачів на місяць за кордоном.
- За даними з квітня 2021 року, Amazon користується більше 200 мільйонів платіжних карток, що вказує на кількість активних користувачів, в процесі покупки на своїй платформі. eBay, з іншого боку, зазнає меншого запиту на ринку, бо їх лідерство зменшується з часом, однак у 2021 році eBay привернув приблизно 185 мільйонів активних користувачів.
- За жовтень 2021 року, Freelancer мав більше 52 мільйонів зареєстрованих користувачів та понад 19 мільйонів проєктів.
- Під час 2021 року, BlaBlaCar мав приблизно 90 мільйонів зареєстрованих користувачів та понад 45 мільйонів подорожей.
- На початку 2021 року, PayPal мав більше 392 мільйонів активних користувачів та обсяг платежів у 936 мільярдів доларів за 2021 рік. Qiwi з свого боку мав приблизно 21 мільйон зареєстрованих користувачів та обсяг платежів досягнув 5.5 мільярдів доларів у 2021 році [2].

Отже, що вище перелічені платформи мають значну кількість активних користувачів та впливають на розвиток цифрової економіки. Це свідчить про широку популярність цих платформ серед користувачів українського ринку та світового ринку загалом. Ці цифрові платформи розширюють можливості бізнесу, забезпечують доступ до широкої аудиторії та сприяють ефективному взаємодії між різними сторонами. В Україні також існує ряд цифрових платформ, які використовуються в бізнесі та мають широкий спектр можливостей для розвитку. А саме, це Prom.ua, вони є однією з найбільших українських B2B та B2C платформ електронної комерції, яка забезпечує можливість компаніям розміщувати свої товари та послуги для продажу, а клієнтам – здійснювати покупки онлайн. SoftServe – це провідна компанія з розробки програмного забезпечення, яка використовує цифрові платформи для розробки та впровадження рішень у галузі хмарних технологій, IoT, машинного навчання та ін. Також Genesis, це компанія, яка займається розробкою та впровадженням цифрових рішень для бізнесу в галузях, таких як фінанси, логістика, електронна комерція та ін. І варто відзначити Uklon, це популярна платформа для замовлення таксі та кур'єрських послуг. Вона надає можливість бізнесам використовувати свої транспортні засоби або використовувати послуги кур'єрів для доставки товарів. Це лише мала частина з багатьох цифрових платформ, які активно використовуються та розвиваються в українському просторі [1].

Можна зробити висновок, що цифровізація так чи інакше впливає на всі сфери бізнесу, а цифрові платформи стають важливими бізнес-інструментами. Компанії, які хочуть досягти успіху, повинні прийняти виклики сучасної економіки. Це єдиний спосіб стати лідером. Цифрова трансформація може допомогти. З поширенням та впровадженням досягнень цифрової індустрії в бізнес-процеси пов'язані очікування швидкого підвищення ефективності, конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, якості продукції, швидкості досягнення результатів та формування нових прогресивних підходів до ведення бізнесу, сумісних з сучасними вимогами ринку та інноваційним рівнем розвитку.

Необхідно пам'ятати, що всі етапи цифровізації бізнесу вимагають систематичного навчання для функціонування, навчання та оновлення персоналу, починаючи з підготовчого етапу. При розробці цифрової бізнес-стратегії необхідно ретельно оцінити очікувані результати цифровізації та врахувати ризики, щоб прийняти раціональне рішення про напрямки цифрових бізнес-ініціатив. У світлі цієї ситуації підприємці повинні визнати і прийняти нову цифрову реальність, в якій більше не можна використовувати звичні шаблони і правила. Адаптивність управлінських підходів разом із своєчасним і точним застосуванням передових рішень відкриває нові можливості для розвитку бізнесу та лідерства.

Список використаної літератури:

1. Український інститут майбутнього [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyucifrovoyu-ekonomikoju.html>. (дата звернення: 25.04.2023.)
2. Bonina C., Koskinen K., Eaton B., Gawer A. Digital platforms for development: Foundations and research agenda. *Information Systems Journal*. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/isj.12326>. (дата звернення: 25.04.2023).

ФІНТЕХ ЯК ПРОЯВ РЕВОЛЮЦІЙНОГО ВПЛИВУ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФІНАНСОВИЙ СЕКТОР

У часи знаних глобальних потрясінь до яких безумовно можна віднести пандемію COVID-19 та війною в Україні створюється можливість для стрімкого розвитку інновацій. Однією з сфер, де ці інновації були особливо швидкими, є фінансові послуги. Фінтех стає все більш важливим для підтримки ділової активності та надання фінансових послуг у період соціальних потрясінь.

Група Світового банку у 2023 році підготувала спеціальне дослідження «Fintech and the Future of Finance», де відзначили вплив технологій на ландшафт фінансового сектору та стирання меж між фінансовими та нефінансовими компаніями.

Оскільки фінансові продукти та бізнес-моделі продовжують розвиватися, змінюються й гравці ринку та структура ринків, на яких вони конкурують. Поява великих телекомунікаційних та інформаційних компаній, мереж роздрібною торгівлі та невеликих стартапів призвела до більш різноманітного спектру постачальників фінансових послуг на додаток до традиційних банків і небанківських фінансових установ.

Використання технологій у фінансах має довгу історію. Оскільки фінанси пов'язані певним рівнем ризиків та витрат на їх мінімізацію, завжди існував стимул використовувати новітні технології (були відомі факти застосування найтонших ваги для зважування золотих монет). Цифрові технології зробили свій шлях у фінанси як друге велике застосування електронних комп'ютерів після воєнної справи. Під час першої хвилі фінансових технологій у 1950–1970-х роках мейнфреймові комп'ютерні системи стали частиною бек-офісу, поступово переходячи до центральних і фронт-офісів більшості великих фінансових установ. З кінця 1960-х до 1980-х років з'явилися цифрові технологічні компанії, які обслуговували фінансові установи, включаючи постачальників основних банківських систем, таких як Fidelity National Information Services (FIS) і Fiserv, а також платіжні мережі, такі як Mastercard і Товариство всесвітніх міжбанківських фінансових телекомунікацій (SWIFT). Поточна хвиля фінтех-інновацій відзначається все більш прямою взаємодією між технологічними компаніями та їхніми клієнтами, оскільки ці компанії самі стають постачальниками фінансових послуг. Ця хвиля використовує все більш складну технологію, яка знаходиться в руках все більш досвідчених клієнтів, а також інновації в бізнес-моделях, щоб дезагрегувати послуги та пропонувати нові реконфігурації продуктів безпосередньо окремим особам і бізнес-користувачам.

В цілому фінтех – це термін, який використовується для опису прогресу в технологіях, які дають можливість змінити традиційний механізм надання фінансових послуг. Це передбачає розробку нових бізнес-моделей, програм, процесів і продуктів, які використовують технологічні інновації. Фінтех сприяє зниженню витрат, збільшенню швидкості, підвищенню прозорості і зменшенню інформаційної асиметрії у фінансових послугах.

Діджиталізація фінансів може спростити майже будь-який із етапів життєвого циклу фінансових послуг, від відкриття рахунку до проведення належної перевірки клієнта, автентифікації транзакцій і автоматизації інших процесів, пов'язаних із продуктом, таким як оцінки кредитоспроможності та оцінки страхового ризику. Фінтех характеризується низькими граничними витратами на рахунок або транзакцію та ефектом масштабу. Крім того, фінтех може підвищити прозорість і зменшити асиметрію інформації, оскільки цифрові процеси створюють «слід даних», який можна використовувати для кращого розуміння споживачів, покращення продуктів, управління ризиками та сприяння дотриманню нормативних вимог.

Загалом фінтех має потенціал революціонізувати індустрію фінансових послуг і створити нові можливості для інновацій, ефективності та інклюзивності, особливо в умовах воєнного конфлікту.

Список використаної літератури:

1. Виговська, Н.Г., Полчанов, А.Ю., Литвинчук, І.В., Виговська, О.А., Полчанов, О.Ю. (2022). Оцінка фінансового потенціалу підприємств ІТ-галузі в Україні. Економіка, управління та адміністрування, 3(101), 81–86. [https://doi.org/10.26642/ema-2022-3\(101\)-81-86](https://doi.org/10.26642/ema-2022-3(101)-81-86)
2. Полчанов, А.Ю., Городиський, М.П., Дячек, С.М., Литвинчук, І.В., Виговська, О.А. (2022). Тенденції діджиталізації фінансово-економічної діяльності підприємств в Україні. Економіка, управління та адміністрування, 1(99), 93–102. [https://doi.org/10.26642/ema-2022-1\(99\)-93-102](https://doi.org/10.26642/ema-2022-1(99)-93-102)

ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Імплементація штучного інтелекту у всі сфери життєдіяльності людини змінює сприйняття потенційного розвитку певних галузей економіки. Зокрема, штучний інтелект має значний вплив і на компанії, які працюють у секторі фінансових технологій. Artificial intelligence (AI), штучний інтелект (далі ШІ) – це галузь комп'ютерних наук, що моделює процеси людського інтелекту. З врахуванням потенційних можливостей штучного інтелекту спрогнозуємо можливі варіанти розвитку штучного інтелекту та його подальша інтеграція в діяльність банківських установ [1].

Одним із варіантів використання ШІ є автоматизація процесів, яка включатиме автоматичне прийняття рішень щодо кредитування на основі аналізу даних про кредитну історію клієнта та доходи. Штучний інтелект здатен здійснювати обробку запитів та відповідей на запитання клієнтів, що дозволить підвищити швидкість обслуговування та зменшити витрати на персонал. Відповідно, штучний інтелект доречно використовувати для автоматизованої обробки різноманітних документів, такі як заявки на кредит, фінансові звіти та інші документи. В контексті автоматизації процесів варто приділити увагу оптимізації рішень. Це стосується аналізу даних, персоналізації послуг, автоматичне прийняття рішень. Одним із варіантів оптимізації рішень в фінансових установах є аналіз даних, що сприятиме пошуку залежності між фінансовими показниками та ризиками. Використовуючи аналіз даних стане можливим і здійснення персоналізації надання послуг з урахуванням попередньо здійснених операцій та поведінки клієнта, визначати, які послуги та продукти використовують клієнти найчастіше, і на основі цього рекомендувати інші подібні послуги. Штучний інтелект актуально використовувати для автоматичного прийняття рішень на основі введення зовнішніх даних та статистики, що дозволяє банку швидше та ефективніше реагувати на зміни в ринкових умовах та фінансових показниках.

Для покращення клієнтського досвіду в банку актуально використовувати ШІ для створення віртуальних асистентів, які консультоватимуть клієнтів банку з різними запитаннями та проблемами у вигляді програми, яка відповідає на запитання клієнтів у чаті або голосовому режимі. Важливим аспектом використання ШІ в банківських установах є вплив на заходи з підвищення рівня безпеки. Такі заходи можуть здійснюватися за допомогою аналізу поведінки користувачів та виявлення шахраїв, зокрема, ШІ може виявляти підозрілі операції на рахунку та повідомляти про них відповідним службам безпеки. Окрім того, ШІ може здійснювати автоматичну ідентифікацію клієнтів, що забезпечить вищий рівень захисту та зручності для клієнтів [2]. Таким чином, ШІ за рахунок використання біометричних даних, такі як розпізнавання образу або голосу, може здійснювати ідентифікацію клієнта. Штучний інтелект доцільно використовувати для виявлення кібератак в банківських установах за допомогою аналізу даних та машинного навчання. Вивчаючи поведінку користувачів та систем у банку ШІ здатен виявляти відхилення від нормальної поведінки, такі як незвичайний обсяг запитів до баз даних, спроби входу з незвичайних IP-адрес або зміни у звичних часових рамках для входу в систему, здатен виявляти незвичайні зміни в трафіку, що можуть вказувати на спробу злому або дії хакера. З урахуванням темпів розвитку та впровадження штучного інтелекту його доцільно використовувати для розробки нових продуктів та послуг на основі аналізу даних, запитів на кредити, відгуків, рейтингів та потреб клієнтів. ШІ може аналізувати дані про покупки клієнтів, їхні запити на кредити, відгуки та рейтинги, щоб зрозуміти, які продукти актуальні для них та рекомендувати нові продукти на основі попередніх покупок та взаємодії з банком.

Оцінюючи можливості інтеграції штучного інтелекту в практичну діяльність банківських установ варто зазначити про існуючі ризики таких заходів: використання ШІ здійснює обробку великого обсягу даних, включаючи особисту інформацію клієнтів, що підвищує ризик порушення конфіденційності даних, якщо забезпечення захисту цих даних буде на неналежного рівня; існує ризик залежності банківської установи від технології і в разі збою системи або проблеми з її функціонуванням, це може призвести до значних збитків для банку. Однак, ШІ має значно більше переваг, що сприятиме не лише розвитку банку, а й банківської системи в цілому: автоматизація процесів, що дозволяє підвищити ефективність діяльності банку, зменшити витрати на оплату праці та знизити кількість помилок, що призведе до економії коштів, забезпечення кращого клієнтського досвіду за рахунок швидкої та точної відповіді на запитання клієнтів, виявлення кібератак та шахрайських дій, що допомагає зменшити ризики для банку та його клієнтів, підвищення рівня конкурентоспроможності на ринку та залучення нових клієнтів.

Список використаної літератури:

1. Виговська Н.Г., Полчанов А.Ю., Литвинчук І.В. та ін. Оцінка фінансового потенціалу підприємств ІТ-галузі в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2022. № 3 (101). С. 81-86.
2. Полчанов А.Ю., Городиський М.П., Дячек С.М. та ін. Тенденції діджиталізації фінансово-економічної діяльності підприємств в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2022. № 1 (99). С. 93-102.

І.С. Сич, бакалавр І курс, гр. ЕК–5к, ФБСО
Науковий керівник: Н.Л. Овандер, к.е.н., доц. каф. фінансів та цифрової економіки
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Упровадження нових технологій у систему комерційних відносин на основі забезпечення функціонування сучасних бізнес-моделей за допомогою електронних ресурсів поширюється затребуваність нових інструментів маркетингових комунікацій підприємства. Сьогодні електронна комерція розвивається швидкими темпами, та, за останніми прогнозами, у найближчому майбутньому вона буде найбільш використовуваним інструментом просування товарів та послуг в Україні. Завдяки простору Інтернет виробникам більше не потрібно здійснювати фізичний пошук посередника або представника за кордоном. Тепер переважна частина процесів забезпечення комунікативної взаємодії із комерційним партнером сконцентрована в мережі Інтернет, що є глобальним за масштабами та оптимальним з точки зору витрат ресурсів та часу.

Серед вітчизняних та іноземних науковців, які займалися вивченням ринку торгівлі та електронної комерції в Україні, найвідомішими є праці: Апопія В. В., який є спеціалістом у сфері внутрішньої торгівлі та споживчої кооперації, один із основних авторів концепцій розвитку споживчої кооперації, Шалевої О. І., яка сформулила теоретичні основи електронної комерції, Гармідер Л. Д., Орлова А. В, які вивчали особливості розвитку вітчизняної електронної комерції, Дж. Бернета та ін. Значний доробок у вивчення даного питання здійснили аналітично-дослідницькі роботи членів Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив та Всеукраїнської рекламної коаліції. Незважаючи на велику кількість досліджень, багато аспектів цієї наукової проблеми є недостатньо обґрунтованими, розкритими та дискусійними. Останні роки показують, що з кожним роком Інтернет усе більше проникає у життя людей. Вже зараз відчувається, що Інтернет стає атрибутом ділового життя кожного, хто прагне процвітати і поліпшити економічну ситуацію в країні.

Інтернет у наші часи – це ціла індустрія, яка швидко проникає у всі галузі людської діяльності. Саме зараз ця індустрія перебуває у стадії стрімкого зростання. Величезна кількість компаній у всьому світі бачать в Інтернеті великий комерційний потенціал та можливість переведу свого бізнесу на якісно новий рівень. Тому Інтернет є об'єктом дослідження багатьох консалтингових компаній, які вивчають динаміку його розвитку, склад користувачів Мережі, ринок електронних послуг і чимало інших параметрів (рис. 1).

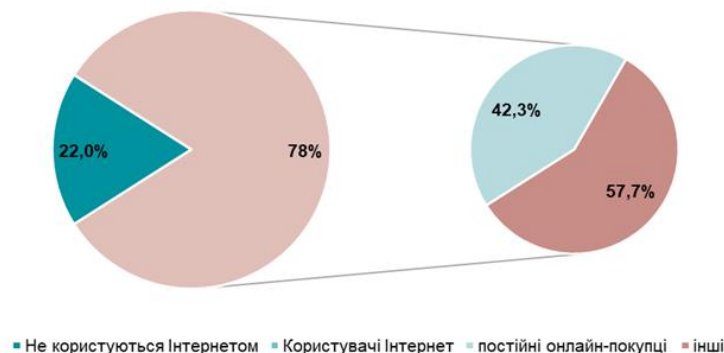


Рис. 1. Доля користувачів Інтернетом в Україні, % [2]

Електронна комерція – це бізнес-модель, яка продає товари та послуги споживачам через Інтернет. Індустрія електронної комерції справила значний вплив на економіку і суспільство. Також мають на увазі угоди, які відбуваються між компаніями і споживачами. Електронна комерція – це глобальне явище, яке останніми роками захопило індустрію роздрібної торгівлі. Ми можемо винагородити його за стимулювання економічного зростання та зміну нашого способу життя.

Україна має високий рівень проникнення Інтернету та невикористаний ринок електронної комерції, який сприяв розвитку багатьох компаній електронної комерції в Україні. Український ринок електронної комерції величезний, і його можна знайти в Інтернеті та в магазинах. Український ринок електронної комерції – це невикористаний потенційний ресурс. Згідно з очікуваннями аналітиків даних рівень проникнення інтернету в Україні до 2085 року перевищить 2023%, що полегшить зростання українського ринку електронної комерції.

Дохід українського ринку електронної комерції становить 838 мільйонів доларів США станом на 2020 рік. Український ринок електронної комерції величезний і зростає в геометричній прогресії. Це допомогло створити робочі місця, а також змінило спосіб покупок людей.

Розвиток електронної комерції в Україні відбувається досить активно, проте все ще існує потенціал для подальшого зростання. Деякі з головних трендів розвитку електронної комерції в Україні на сьогоднішній день включають:

1. Зростання популярності онлайн-магазинів. Українці все частіше замовляють товари через Інтернет, а це відображається на зростанні обсягів електронної комерції.

2. Розвиток мобільної комерції. У зв'язку з поширенням смартфонів та планшетів, мобільний трафік стає все більш важливим для електронної комерції.

3. Розширення асортименту товарів та послуг, які можна придбати онлайн. В Україні наявні різноманітні інтернет-магазини, в яких можна купити все від продуктів харчування до автомобілів.

4. Розвиток електронних платіжних систем. Українські електронні платіжні системи зростають у популярності, дозволяючи зручно та швидко здійснювати оплату за покупки в Інтернеті.

5. Зростання кількості підприємств, що працюють в сфері електронної комерції. В Україні з'являється все більше інтернет-магазинів та інших компаній, які пропонують товари та послуги в Інтернеті.

Електронна комерція в Україні має великий потенціал для розвитку та відкриває нові можливості для бізнесу та споживачів.

Український ринок електронної комерції має величезні можливості для компаній рости та отримувати прибуток. Люди називають це майбутнім роздрібною торгівлі, при цьому багато хто прогнозує, що він подолає традиційні способи комерції з точки зору обсягу продажів і охоплення. Rozetka, Prom.ua, Kidstaff, Hotline.ua, Price.ua, Алло, Mobilluck, Ельдорадо, Bonprix, LeBoutique – це десять найкращих веб-сайтів електронної комерції в Україні, які зроблять цифровий досвід покупок незабутнім [3]. Притаманний Україні тренд, який давно минув у розвинених економіках – розвиток безготівкових платежів. Зараз усі великі майданчики працюють з провідними платіжними системами, що кілька років тому було рідкісним явищем.

Аналогічно зростає електронізація медичних послуг. Приватні клініки суттєво нарощують конкуренцію, а коли відбудеться медична реформа – певною мірою до неї приєднаються і державні медичні заклади. Слабкий розвиток електронної комерції в Україні спостерігається у сфері туризму, яка, вочевидь, надалі буде стрімко розвиватися. Без жодного телефонного дзвінка поки досить складно організувати тур Україною. Хоча по Європі та США тур через веб-сайт можна було сформувати ще 5-6 років тому [1]. І якість готелів зазвичай відповідала інформації на сайті.

У сучасній культурі електронна комерція стала однією з найважливіших галузей. Електронна комерція стала необхідним аспектом нашого життя, оскільки все більше і більше людей використовують Інтернет для отримання послуг.

Отже, в подальшому майбутньому електронна комерція набере все більших висот, вона продовжить розвиватися та набувати нових особливостей. Досить скоро в Україні все перейде в цифровий формат, населення все більше буде занурюватися в простір Інтернету, можливо припиниться вирубування лісів для виготовлення книг, адже вони будуть у вільному доступу в Інтернеті; навчання отримає нові форми, адже тепер можна навчатися, не виходячи з дому, а вчителем для майбутнього покоління стане штучний інтелект; паперові гроші можуть зникнути, адже більша частина сучасних людей перейшла на електронний гаманець і не потребує готівки та багато чого іншого. Електронна комерція – наше майбутнє.

Список використаної літератури:

1. Офіційний веб-сайт Адміністрації міжнародної торгівлі. – URL : <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/ukraine> (дата звернення 20.04.2023р.)
2. Ринок електронної комерції в Україні. – URL : <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/expert/2017/about-e-commerce-market-in-ukraine.html> (дата звернення 15.04.2023р.)
3. Топ-10 компаній електронної комерції в Україні. – URL : <https://www.clickpost.ai/blog/best-ecommerce-companies-in-ukraine> (дата звернення 17.04.2023р.)

А.В. Таранюк, магістр 1 р.н., ЗЕП-22-М, ФБСО
Науковий керівник: Ю.В. Богоявленська, к.е.н., доц., доц. каф. фінансів та цифрової економіки
Державний університет «Житомирська політехніка»

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ЕКОНОМІКИ

Теперішні реалії розвитку бізнесу передбачають швидке пристосування та розвиток до нових технологій усього середовища бізнесу. Цифрова трансформація є важливою, позитивно впливає на підприємства. Тому необхідно сприяти покращенню показників, які характеризують цифрову ефективність бізнесу. Ця інформація дасть змогу організаціям побачити усі переваги та недоліки, визначити обсяг роботи для проведення цифровізації, а також виконати важливе завдання: адаптуватися, розвинути, стати більш ексклюзивними, професійними та мати в очах споживачів репутацію сучасної прогресуючої розвиваючої компанії.

Впровадження сучасних технологій, у бізнес-процеси підприємства, означає, не лише встановлення сучасного обладнання або програмного забезпечення, але і фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій [1]. Виходячи з цього підвищуються продуктивність кожного співробітника та рівень задоволеності клієнтів. Для українських підприємств сьогодні характерне здійснення кроків до цифрової трансформації, але за суттю здійснюваних змін скоріше йдеться про хаотичне застосування цифрових інструментів без попереднього обґрунтованої програми. Одним із головних факторів зростання світової економіки в найближчі 5–10 років і буде цифровізація. Від цифрових технологій, компанії отримують, як прямі переваги (підвищення продуктивності), так і непрямі переваги (економія часу, створення нового попиту на нові товари й послуги, нова якість та цінність тощо).

Цифрова економіка, яка зараз стрімко розвивається, змінює класичні бізнес-моделі, впливає на трансформацію бізнесу та створення нових цифрових підприємств, пропонуючи великі можливості. Вивчення цього процесу є особливо актуальним, оскільки міжнародні корпорації впроваджують нові технології і проводять цифрову трансформацію своїх бізнес-моделей з метою збереження лідируючих позицій у своїй галузі за рахунок створення технологічних перепон, здолати які їхнім конкурентам не вдається. Всі підприємства змушені «виживати» в сучасній економіці, де світовий ринок характеризується конкуренцією, різноманітністю продуктів і послуг та коротким терміном експлуатації товару. З погляду цифрової економіки, інформаційні технології створюють можливості для спеціалізації та співпраці між компаніями з різних регіонів, зменшуючи транзакційні витрати, створюючи легкий доступ до зовнішніх ринків та полегшуючи розроблення нових моделей електронного бізнесу.

Розвиток цифрової економіки сприяє збільшенню мобільності робочої сили, завдяки якій людські ресурси можуть переміщуватися всередині та між країнами набагато легше. Складні завдання, які раніше розглядалися як такі, що вимагають унікальних професійних навичок, дедалі частіше замінюються мережевими та цифровими технологіями.

Сучасні можливості технологій стають все більш популярними й на державному рівні. Національна економіка може перетворитися на інтернет-платформу, функціонування якої забезпечуватиметься на основі оплати електронних послуг, а взаємодія з населенням здійснюватиметься дистанційно. Оплата послуг та товарів, швидше за все, буде здійснюватися електронними грошима, або так званою крипто валютою. Також цифровізація економіки сприяє підвищенню якості робочої сили, збільшенню інновацій, вдосконаленню конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, зростанню доходів населення, активізації попиту на товари та послуги, розширенню міжнародних економічних зв'язків та залученню іноземного капіталу, вдосконаленню ефективності управління завдяки зростанню інтегрованого інформаційного простору.

Цифровізація економіки є об'єктивним явищем, який актуалізує необхідність здійснення глибоких трансформаційних процесів. Процеси впровадження цифрових технологій продовжують еволюціонувати з величезною швидкістю, обумовленою можливістю збирати, використовувати та аналізувати значні масиви інформації. Такі процеси покликані сприяти поліпшенню економічних та соціальних результатів і бути поштовхом для зростання інновацій та продуктивності праці. Різноманітні платформи полегшують транзакції та створення мереж, а також обмін інформацією. Цифрова трансформація всіх секторів економіки сприятиме виробництву товарів та послуг вищої якості за знижених витрат.

Список використаної літератури:

1. Богоявленська Ю.В. Цифрові бізнес-моделі [Електронний ресурс] : конспект лекцій з дисципліни «Цифрові бізнес-моделі» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 051 «Економіка». – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. – Режим доступу: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/folder/view.php?id=111039>.