

Література

1. Шубенко І. А. Тенденції діджиталізації на страховому ринку України. Бізнес Інформ. 2020. №2. 273–279 с.
2. МТСБУ. Статистичні данні за внутрішнім страхуванням. 2020. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/statistics/Statisticaldata> (Дата звернення 28.02.2021)
3. Ліга Закон: Як змінилося ставлення до електронного полісу автоцивілки в період карантину. URL: https://biz.ligazakon.net/news/194816_yak-zmnilosya-stavlennya-do-elektronnogo-polsu-avtotsivlki-v-perod-karantinu(Дата звернення 28.02.2021)
4. МТСБУ: В Україні укладено понад 1 мільйон електронних договорів ОСЦПВ. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/155259/>(Дата звернення 28.02.2021)

УДК:332.05:338.43

Інна Рєпіна

*д.е.н, професор, зав. кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»
rephousenew@gmail.com*

Микита Рєпін

студент ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»

ПОТЕНЦІАЛ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРОБІЗНЕСУ

THE POTENTIAL OF DIGITAL TRANSFORMATION OF AGRIBUSINESS

ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ АГРОБИЗНЕСА

Анотація. Досліджено перспективи використання потенціалу цифрової трансформації агробізнесу в цілях забезпечення стійкого економічного розвитку країни.

Abstract. Prospects for using the potential of digital transformation of agribusiness in order to ensure sustainable economic development of the country.

Аннотация. Исследована перспективы использования потенциала цифровой трансформации агробизнеса в целях обеспечения устойчивого экономического развития страны.

За висновками фахівців FAO ООН досягнення до 2030 року цілі сталого розвитку, яка передбачає ліквідацію голоду, потребує побудови більш продуктивних, інклюзивних, стійких до зовнішніх впливів продовольчих систем [1, с.140]. Частково рішення поставленого завдання можуть забезпечити цифрові інновації і технології. Цей висновок обумовлений тим, що так звана "четверта промислова революція" (Індустрія 4.0) супроводжується швидкою трансформацією цілої низки секторів під впливом "проривних" цифрових інновацій - блокчейна, інтернету речей, штучного інтелекту і реальності з ефектом присутності. В агробізнесі поширення мобільних технологій, послуг дистанційного зондування і розподіленої обробки даних вже зараз розширює доступ фермерів до інформації, виробничих ресурсів, ринку, фінансів та навчання. Цифрові технології відкривають нові можливості для інтеграції малих фермерських господарств в цифрові агропродовольчі системи [2]. і побудови сучасних цифрових бізнес-моделей.

У минулому сільське господарство пережило кілька революцій, кожна з яких виводила ефективність, урожайність і прибутковість на недосяжний раніше рівень. Ринкові прогнози на найближче десятиліття сходяться в тому, що "цифрова революція в сільському господарстві" породить зрушення, які дозволять агробізнесу задовольнити майбутні потреби населення Землі. Цифрова трансформація змінить усі ланки агропродовольчого ланцюжка. Управління ресурсами будь-якого елемента системи можна буде будувати на принципах оптимізації, індивідуального підходу, розумності та передбачуваності. Функціонування системи в реальному часі буде забезпечено за рахунок використання комплексних високотехнологічних

модулів агроменеджменту, що включатиме в себе технології оцінки врожайності (Yield Monitor Technologies), технології глобального позиціонування (GPS), географічні інформаційні системи (GIS), технологію змінного нормування (Variable Rate Technology), технології дистанційного зондування землі (ДЗЗ) і рішення технології "інтернет речей". У виробничо-збутових ланцюжках можна буде забезпечити повну координацію і створити оптимальні моделі управління сільськогосподарськими землями, культурами і тваринами. Цифрове сільське господарство дозволить створити високопродуктивні системи, для яких буде характерна передбачуваність і здатність адаптуватися до змін, в тому числі і до зміни клімату. Це, в свою чергу, може сприяти підвищенню рівня продовольчої безпеки, прибутковості і стійкості економічного розвитку.

В контексті цілей в області сталого розвитку цифрове сільське господарство здатне за рахунок підвищення продуктивності, розширення комунікацій, ефективного управління витратами і використання ринкових можливостей, оптимізації використання ресурсів та адаптації до зміни клімату забезпечувати економічні, соціальні, культурні та екологічні блага. Потенційні переваги, які несе цифрова трансформація агробізнесу, здаються переконливими, проте їх реалізація потребуватиме серйозних змін в системах сільськогосподарського виробництва, сільській економіці, житті громад і управлінні природними ресурсами. Виходячи зі сказаного, отримання потенційних благ в повному обсязі потребує цілісного, системного підходу.

Слід пам'ятати, що цифрова трансформація бізнесу передбачає перетворення існуючих підприємств через впровадження сучасних цифрових технологій і створення підприємств нового типу, для яких характерні використання цифрових технологій з метою вдосконалення ділової активності, розробка нових (цифрових) бізнес-моделей і взаємодія з замовниками та зацікавленими сторонами за новими (цифровим) каналам [3]. У всьому світі зростає кількість ініціатив, націлених на сприяння цифровізації підприємницької діяльності через створення, розвитку масштабування "цифрових стартапів", в тому числі в сільськогосподарському і продовольчому секторі. Сьогоднішні фермери можуть бути як ніколи готові до підприємницької діяльності. У наші дні вони часто розробляють бізнес-плани, вишуковують фінансування, вдаються до послуг фермерських бізнес-інкубаторів та беруть участь в наукових конференціях. Крім того, молоді фермери швидше готові приймати ризиковані рішення в управлінні своїми господарствами.

У найближчі роки цифрова трансформація агробізнесу спричинить за собою істотне зрушення в сільському господарстві та виробництві продуктів харчування. Вона може принести економічні, екологічні та соціальні блага, але в той же час спровокувати ряд проблем. Нерівність у доступі до цифрових технологій і послуг означає ризик цифрового розриву. Уже сьогодні цифрові технології змінюють динаміку агропродовольчого сектору, але процес цей протікає безсистемно [4]. Подолання даних загроз можливе за умови: сприяння збору більш повних даних про цифрові технології і цифровізації на рівні районів і груп населення, зокрема, в розрізі міських і сільських районів; створення стійких бізнес-моделей, що дозволяють отримати життєздатні цифрові рішення для залучення малих фермерів в процеси цифрової трансформації агробізнесу; моніторингу індексу, що відображає розвиток цифрової трансформації агробізнесу в контексті культурного, освітнього та інституційного вимірів окремих країн, як в плані дослідження умов цифровізації, так і в плані ідентифікації потенційного впливу даного процесу на економіку, екологію та суспільство.

У підсумку слід зазначити, що повномасштабна реалізація потенціалу цифрового цифрової трансформації агробізнесу неможлива без співпраці усіх його учасників.

Література

1. FAO. (2017). Information and Communication Technology (ICT) in Agriculture: A Report to the G20 Agricultural Deputies. Rome: FAO.
2. USAID, (2018). Digital farmer profile: Reimagining Small holder Agriculture. Washington D.C.: USAID.

3. European Commission. 2013. Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship. Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe: background paper. 6 pp. (also available at: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5313/attachments/1/translations>)
4. Riepina, I., Chukhraieva, N., & Kehrein, E. (2020) THE INFLUENCE OF MARKET RISKS UPON THE AGRI BUSINESS VALUE. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 42(1), 35-40

Світлана Красножон

*к. е. н, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

Е. С. Абдулаєва

*студентка факультету фінансів, II курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

DIGITALIZATION OF SMALL BUSINESS

ДИДЖИТАЛІЗАЦИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Анотація. Останнім трендом сучасного ринку є діджиталізація всіх можливих видів діяльності. Можливості смартфона та різноманітних додатків значно економить час, кошти, а також надає можливість одночасно вирішувати велику кількість задач в усіх сферах життя. Діджиталізація суспільства змусила багатьох підприємців залишати оффлайн діяльність і займатись електронною комерцією.

Abstract. The latest trend in the modern market is the digitalization of all possible activities. The capabilities of the smartphone and various applications significantly saves time, money, and also provides the opportunity to simultaneously solve a large number of problems in all spheres of life. The digitalization of society has forced many entrepreneurs to leave offline activities and engage in e-commerce.

Аннотация. Последним трендом современного рынка является диджитализация всех возможных видов деятельности. Возможности смартфона и различных приложений значительно экономит время, средства, а также предоставляет возможность одновременно решать большое количество задач во всех сферах жизни. Диджитализация общества заставила многих предпринимателей оставлять оффлайн деятельность и заниматься электронной коммерцией.

Важливим напрямком діяльності, що створила багато нових фахівців, є просування діяльності малого підприємства в онлайн просторі, серед яких таргетологи, інтернет-маркетологи, SMM-спеціалісти, блогери, викладачі онлайн-школ бізнесу.

Постановка завдання. Необхідність висвітлення головної сутності діджиталізації малого бізнесу є досить важливою складовою в функціонуванні вітчизняної економіки і потребує подальшого розгляду.

Виклад результатів дослідження. Слід зауважити, що нові тенденції діджиталізації охопили сучасне підприємництво, розробляючи нові методи, та інструменти, проте основним підґрунтям для цього залишається класичний маркетинг, так як охоплює ідентичні цілі.

Проаналізувавши електронну маркетингову діяльність малого бізнесу, було виділено два напрямки, вони базуються на розвитку сучасних технологій в цілому, та охоплюють діджитал-маркетинг, наприклад: застосування контекстної реклами, таргетованої реклами, SMM-просування, різноманітних PR-кампаній популярних блогерів, впровадження автоматизованих ботів, що розсилають потенційним споживачам рекламні звернення.

1. Провідне місце переходить від виробників і продавців до самого клієнта. Звичайно, це запроваджує необхідність в персональному підході до потреб споживача. Маркетинг в умовах