

Лігоненко Л.О., д.е.н., проф.,
професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
larisa.ligonenko@gmail.com

Доманський А.О.
магістр кафедри менеджменту
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
AnatoliiDomanskii@gmail.com

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК АНТИКРИЗОВА СТРАТЕГІЯ ПІД ЧАС ЕПІДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

Анотація: У роботі було досліджено поняття діджиталізація, її вплив на кризу, напрямки діджиталізації та їх можливості у подоланні проблем, що виникли під час кризи. Аналізуються та доповнюються рекомендації щодо управління підприємствами під час епідемії.

Ключові слова: антикризова стратегія, діджиталізація, коронавірус, управління бізнес-організаціями, напрямки діджиталізації бізнесу.

Актуальність. Світ зустрівся з новим випробуванням і назва йому - «COVID-19 або коронавірус». Підприємства та організації постійно взаємодіють один з одним та із зовнішнім оточенням. За цією взаємодією стоять люди, які мають постійно контактувати між собою. А отже, існує висока вірогідність зараження та поширення вірусу, чого не можна допустити.

Сьогодні вже усім зрозуміло, що під час карантину необхідно максимально знизити кількість фізичних контактів людей. В цьому підприємствам та організаціям мають допомогти цифрові технології, що надають можливість дистанційної взаємодії.

Постановка проблеми. На жаль, не усі керівники та працівники готові до такої дистанційної взаємодії – не тільки технічно (технологічно) а й психологічно. При зміні форми проведення переговорів та засідань з особистих зустрічей на телефонні або відео засідання учасники зустрічаються з наступними проблемами (складено автором на основі [1]): збільшення тривалості зустрічей; зниження ефективності прийнятих рішень; зниження кількості прийнятих рішень; зростає дисциплінарні вимоги; зниження неформального зближення учасників засідань.

З іншого боку, через карантинний режим люди зменшили кількість особистих купівель товарів та послуг, та почали більш активно використовувати Інтернет замовлення, що призвело до зменшення реалізованої продукції. У B2B сегменті також почали набирати популярності онлайн замовлення, які дозволяють уникнути фізичної взаємодії між людьми, що призводить до втрат прибутків у компаній, які своєчасно не запровадили та не мають можливості оперативного розширити продаж своїх товарів та послуг у Інтернет просторі.

Це ті два, з багатьох аспектів діяльності підприємств та організацій, які мають докорінно змінитися в умовах світової кризи, яка спричинена коронавірусом.

Результати дослідження. Останні дослідження, зокрема [2] містять надають наступні рекомендації щодо управління бізнес-організаціями під час епідемії коронавірусу: постійна інформованість («слідкуйте за новинами частіше»), перевірка інформації з метою уникнення фейків (пам'ятайте, що не всі новини правдиві; критичне осмислення отриманої інформації («не думайте, що інформація залог інформованості»)); критичне осмислення експертних думок та прогнозів («використовуйте експертні прогнози, но будьте обережні»); гнучке реагування на зміни та швидка адаптація («постійно передивляйтеся своє уявлення про ситуацію»); уникнення бюрократичних

процедур, які стосуються будь-яких аспектів взаємодії співробітників, бізнес-процесів та усіх аспектів життєдіяльності компанії (уникайте бюрократії) тощо. Компаніям радять зосередитися на тактичних питаннях («формуєте політику компанії враховуючи такі фактори: інформування; потреби співробітників; поїздки співробітників; дистанційна робота; стабілізація ланцюгів поставок; відслідковування та прогнозування; вирішуйте не тільки свої проблеми), а й формувати ефективну стратегію, опираючись на принципи забезпечення стабільності, а не поточної ефективності («готуйтеся до наступної кризи сьогодні; проводьте навчання; подумайте про те, що Ви дізналися; готуйтеся, що світ стане іншим). Підтримуючи усі наведені рекомендації слід звернути увагу, що дослідники оминули увагою один важливий аспект – роль інформаційних технологій в практичній реалізації висловлених пропозицій та порад.

Дієвою антикризовою стратегією, яка дозволить не тільки пережити кризу, а й посилити свої конкурентні переваги, зберегти та наростити клієнтську базу, збільшити обсяги виручки є швидка діджиталізація усіх процесів життєдіяльності підприємств та організацій.

Як відомо, діджиталізація бізнесу являє собою перенесення бізнес-процесів у електронний вигляд. Проте цим процес діджиталізації не обмежується. Інформаційно-комунікаційні технології змінюють (оцифровують) спочатку окремі бізнес-процеси в бізнес-організаціях, а поступово формують віртуальну (цифрову) бізнес-модель, трансформуючи бізнес в «світ діджиталу». В [3] аторами розкрито зміст, форми, напрями, передумови та наслідки діджиталізації; викладені методичні рекомендації щодо розробки та реалізації стратегії діджиталізації.

Сьогодні діджиталізацію слід вважати її пріоритетною антикризовою стратегією, оскільки цифровізація бізнес-процесів та взаємовідносин дозволяє розв'язати більшу кількість проблем, з якими в період епідемії стикнулися підприємства та організації, їх персонал, клієнти та споживачі.

Компанії, що вже розробили та реалізують ефективну діджитал стратегію та почали впроваджувати діджитал-інструменти все мають у своєму арсеналі технології для ефективної взаємодії людей та організації усіх необхідних бізнес-процесів з мінімальним фізичним контактом. Таким компаніям залишається лише адаптувати свою діджитал стратегію до сьогоднішніх реалій, а більш консервативні компанії, що використовували особисті зустрічі, паперовий документообіг та не продавали свої товари чи послуги через Інтернет несуть великі втрати та потребують швидкої розробки та реалізації діджитал стратегії для адаптації до сьогодення.

Найпоширеніші напрями діджиталізації бізнесу, які доцільно включити в антикризову діджитал-стратегію, представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Напрями діджиталізації бізнесу

Напрямок	Характеристика	Приклади
Взаємодія персоналу	Формування системи зв'язку та взаємодії персоналу за допомогою систем цифрового зв'язку	Telegram, Slack, Viber, Skype, Trello
Розвиток інтернет - технологій продажу	Використання Інтернет простору та його можливості, як канал збуту	OLX, Власний сайт, соціальні мережі, Ali-express, PROM.ua
Клієнтського клієнтського досвіду	Формування системи багатоканальної системи зв'язку з клієнтами	Колл-центр, месенджери, соціальні мережі, власний сайт
Партнерство та колаборація	Розвиток інфраструктури зв'язку з партнерами	API-система, інтеграційна взаємодія компаній-партнерів
Робота з даними	Збір, сортування, аналіз та оцінка даних для прийняття рішень	1С, CRM-система, ERP-система.
Впровадження	Впровадження нових цифрових	Softpoint, PERFEXPERT

Напрямок	Характеристика	Приклади
інновацій(R&D)	технологій для діджитал розвитку компанії	
HR-стратегія та культура	Підготовка персоналу до впровадження діджитал технологій	Внутрішнє та зовнішнє навчання персоналу діджитал технологіям, формування відповідної корпоративної культури для постійних змін та швидкого впровадження діджиталізації
Управління цінністю	Формування додаткової цінності за допомогою віртуального обслуговування клієнтів	Колл-центр, месенджери, соціальні мережі, власний сайт

Систематизовано та доповнено авторами на основі [4]

Діджиталізація взаємодії персоналу, клієнтського досвіду, партнерства та колаборації, HR-стратегія та культура допомагають більш швидко адаптуватися до змін форми співпраці з партнерами, працівниками та клієнтами в умовах епідемії. Інтернет замовлення, електронні бази даних, електронна система звітності надають можливість ефективно спілкуватися як в середині бізнес-організацій, так і з зовнішнім оточенням у електронному просторі.

Висновки. Таким чином, використання сучасних діджитал- інструментів дозволяє сьогодні врятувати бізнес та максимально знизити втрати. Цифрові технології надають можливість бізнесу автоматизувати свої процеси. Максимізувати потенціал працівників за допомогою дистанційної роботи. В умовах епідемії коронавірусу впровадження діджитал стратегії не є вибором бізнес- організацій, а є необхідністю для виживання.

Реалізація діджитал-стратегії дозволяє забезпечити бізнес-життя як персоналу (сенса життя, соціальна взаємодія, можливість працювати та отримувати зарплатню - засоби існування для себе для своєї родини), так і в цілому підприємств та організацій (збереження та нарощення кадрового капіталу, інтелектуального та інноваційного потенціалу, зростання цінності для усіх груп стейкхолдерів) не зупиняється, а навпаки отримує нові імпульси та можливості розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Глазунов Я. // Пять шагов для правильной цифровой коммуникации во время эпидемии // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://amp.hbr-russia.ru/management/operatsionnoe-upravlenie/825821>
2. Martin Reeves, Nikolaus Lang, Philipp Carlsson-Szlezak // Как управлять бизнесом во время эпидемии коронавируса // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hbr-russia.ru/management/prinyatie-resheniy/825571>
3. Лігоненко Л. О., Хріпко А. В., Доманський А. О. // ЗМІСТ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЯХ // Науковий журнал «Інтернаука». – 2019. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15464416163127.pdf>
4. Рижков В. Що таке цифрова трансформація [Електронний ресурс]. - <https://komanda-a.pro/blog/digital-transformation> Гусєва О.Ю. Легомінова С.В. «Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація»// Наук. видання «Економіка. Менеджмент. Бізнес». – 2018. - №1(23)

Ligonenko Larisa

Doctor of Economics, Professor

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

larisa.ligonenko@gmail.com

Domanskii Anatolii

Master of Management departament

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

AnatoliiDomanskii@gmail.com

DIGITALIZATION AS AN ANTI-CRISIS STRATEGY DURING THE CORONAVIRUS EPIDEMIC

Summary. The concept of digitization was explored. Its impact on the crisis. Areas of digitization and their capabilities in overcoming crisis emergencies. Recommendations for managing the enterprise during the epidemic were analyzed.

Key words: Anti-crisis strategy, digitization, coronavirus, business organization management, areas of business digitization.

Рудь О. О.

*партнер InVenture Investment Group;
директор ТОВ «ЕМ АЙ ДЖІ ЛТД»*

Решетняк Т. І.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

tatresh72@gmail.com

ПЕРЕДУМОВИ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ КОМПАНІЙ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто сучасні тренди злиттів та поглинань компаній агробізнесу в Україні, узагальнено фактори негативного впливу на динаміку злиттів та поглинань, зроблено висновок про зміст оптимістичного та песимістичного сценаріїв розвитку ринку М&А у вітчизняному агробізнесі

Ключові слова: агробізнес, злиття, поглинання

Важливою складовою реформування аграрної галузі України є різного роду закономірні організаційно-структурні трансформації, у тому числі інтеграційного характеру, що відбуваються всередині галузі. Результатом є утворенням та функціонуванням нових формувань, що є більш адаптованими до сучасного ринкового середовища. Більшість створених інтеграційних аграрних формувань пов'язана з намаганням суб'єктів господарювання пристосуватися до мінливого економічного середовища з метою забезпечення стійких показників економічної результативності. Злиття та поглинання в аграрній галузі України характеризуються багатогранністю, вони здійснюються за різноманітними напрямками, виявляються в різних видах та організаційно-економічних формах. Тому поширення процесів злиттів та поглинань компаній агробізнесу викликає багато суперечностей у розумінні причин виникнення, сутності, механізму реалізації та наслідків здійснення [1].

Для українських компаній угоди злиття і поглинання (М&А) є способом за короткий термін збільшити капіталізацію. Також, такі угоди є важливим засобом модернізації компаній, інструментом підвищення їх дохідності та інвестиційної привабливості. В Україні останніми роками практика злиття і поглинання набуває все більшого поширення. Основними цілями, які ставлять перед собою учасники М&А-угод, є: доступ до нових ринків, продуктів, каналів розподілу, що дають змогу більш ефективно використовувати наявні у компанії ресурси і навички; фінансова стабілізація; зміни в темпах економічного розвитку; реалізація захисту власної компанії – диверсифікація галузевих ризиків та зменшення імовірності бути поглинутим іншою компанією та ін.

В широкому розумінні угоди про злиття та поглинання компаній в Україні здійснюються в один або декілька способів [2]: