

*Олександр Савич*

*д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу ім.А.Ф.Павленка  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана. Україна  
[savych@kneu.edu.ua](mailto:savych@kneu.edu.ua)*

*Лілія Шишигіна*

*старший викладач кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка,  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана. Україна  
[shyshyhina.liliia@kneu.edu.ua](mailto:shyshyhina.liliia@kneu.edu.ua)*

## **ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОГО НАПРЯМУ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

### **DIGITALIZATION OF THE COMMERCIAL ACTIVITIES OF COMPANIES AS A FACTOR IN INCREASING THEIR COMPETITIVENESS**

**Анотація.** Один із нових напрямків досліджень в економіці - вивчення впливу сучасних технологій, зокрема цифровізації, на трансформацію та майбутній розвиток галузей, а також зміна економічних та маркетингових моделей у середині галузей та їх вплив на конкурентоспроможність бізнесу.

**Abstract.** One of the new areas of research in economics is the study of the impact of modern technologies, in particular digitalization, on the transformation and future development of industries, as well as changes in economic and marketing models within industries and their impact on business competitiveness.

**Ключові слова:** діджиталізація, конкурентоспроможність, ефективність, цифрові технології

**Key words:** digitalization, competitiveness, efficiency, digital technologies

Глобалізація економіки та посилення конкуренції на ринках поглиблюють проблеми, з якими стикаються сучасні підприємці. Щоб відповідати їм, підприємства повинні швидко змінюватись, використовуючи переваги нової продукції та конкурентних можливостей, що створюються новими технологіями. Застосування останніх цифрових тенденцій до систем продажів (B2B2C і B2B) українських компаній буде сприяти підвищенню їх конкурентоспроможності в умовах відкритої цифрової економіки. Спостерігається певний прогрес у рівні цифровізації та її сприйняття в країні, починаючи з поширення сучасного обладнання та закінчуючи підвищенням комп'ютерної грамотності та відкритості для роботи з цифровими інструментами як на рівні кінцевого користувача, так і на рівні бізнес-партнерів, підтверджуючи перспективи цифровізації польової роботи для компаній та посилюючи компонент персоналізації продажу та маркетингу для підвищення конкурентоспроможності компаній в умовах відкритої цифрової економіки. Технологічні зміни, що динамічно відбуваються, надають сильний вплив на сучасну економіку та суб'єкти господарювання, змушуючи їх приймати складні рішення щодо вибору стратегії розвитку.

З метою підвищення ефективності управління, скорочення витрат, збільшення прибутковості, а також для оптимізації бізнес-процесів та бізнес-планування компаніями активно використовуються різноманітні цифрові технології. Серед основних цифрових тенденцій, які компанії швидко впроваджують у свої поточні бізнес-процеси, включаючи продаж та маркетинг, зростає використання штучного інтелекту (ШІ), голосового пошуку (зміни у перевагах користувачів можуть поступово переходити від звичайного пошуку до пошуку за допомогою голосових помічників), технологій 5G, доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR), чат-ботів, блокчейну, програмної реклами, прогностичної аналітики, омніканального маркетингу, цифрового відеомаркетингу. Разом з тим, обґрунтовано, що з метою підвищення ефективності комерційної діяльності сучасним компаніям доцільно використовувати ресурси та можливості цифрових платформ, йдеться про електронну взаємодію, електронні послуги для бізнесу, платформи електронної supply chain та смарт-логістики.

Цифрові технології, що з'явилися останнім часом, допомагають знайти джерела підвищення ефективності та можливості стрімкого конкурентного розвитку компаній, у тому числі їхньої комерційної діяльності. Водночас, вони вимагають змінити існуючі моделі управління, переформатувати комунікації, технології та організаційну структуру на основі нових цінностей, пріоритетів та орієнтирів, що базуються на партнерстві, клієнтоорієнтованості, інноваційності та синергії. Сьогодні перспективними технологіями для цифровізації комерційної діяльності компаній є Big data, хмарні обчислення, цифрові платформи, Digital twin. Розвиток процесу диджиталізації обумовлено безліччю факторів, структура яких має такий вигляд: 1) Інтернет речей (Internet of Things) та Інтернет всього (Internet of Everything); 2) повсюдно доступне підключення (гіперпідключення); 3) додатки та послуги на основі хмарних технологій; 4) аналітика великих даних та великі дані, що діють як послуга; 5) автоматизація та роботизація; 6) багатоканальні та всеканальні моделі поширення товарів та послуг. Розвиток так званого Інтернету речей (Internet of Things), а згодом та Інтернету всього (Internet of Everything) пропонує абсолютно нові технологічні можливості в галузі створення автономних та інтелектуальних транспортних засобів, а також у зв'язку один з одним з використанням технологій мобільних промислових машин. Очікуються зміни не лише з точки зору підвищення операційної ефективності та продуктивності факторів виробництва, але і з погляду нових бізнес-моделей, що приносять економічні вигоди підприємствам, економіці та суспільству загалом. У цифровому просторі ІІІ може аналізувати шаблони пошуку та використовувати дані із соціальних мереж. Це допомагає компаніям дізнатись, як покупці шукають товари в інтернеті. Сьогодні штучний інтелект використовується в чат-ботах, персоналізації пошти, транзакціях електронної комерції та створення контенту ІІІ можна використовувати в маркетингу впливу, щоб прискорити пошук відповідних блогерів для співпраці. ІІІ виявляє тих, у кого менше фальшивих підписників, більше залученості та більше окупності інвестицій.

Напрямок автоматизації розвивається у бік уніфікованих галузевих платформ управління бізнесом підвищення його конкурентоспроможності в умовах розвитку відкритої цифрової економіки. Усі підсистеми включені в єдину систему: сайт, CRM (управління відносинами з клієнтами та партнерами), управлінський облік та ін. Цифровізація комерційного напрямку компаній (продажу та маркетинг) є однією з основних тенденцій підвищення конкурентоспроможності бізнесу за умов розвитку відкритої цифрової економіки. Більшість компаній FMCG фокусуються на кінцевому споживачі та на додатках, пов'язаних із споживачами (цифровий маркетинг, електронна комерція). Отже, перевагами диджиталізації є зростання лояльності клієнтів, зниження витрат, збільшення продажів та прибутку, підвищення конкурентоспроможності підприємства.

#### *Література*

1. Варга В.П. Діджиталізація як один з чинників конкурентоспроможності підприємств. Ефективна економіка. 2020. №8.
2. Тульчинська С.О., Солосіч О.С., Чорний В.В. Вплив діджиталізації управлінських процесів на систему забезпечення економічної безпеки підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2021. №9.
3. Bulut M. Digital performance: the use of new media technologies in performing arts. Aristotle University of Thessaloniki, 2018. URL: <https://ikee.lib.auth.gr/record/298720/files/GRI-2018-21956.pdf>.
4. Cuthbertson A. 6G Will Bring «Digital Twins», Samsung Says – And its Two Years Ahead of Schedule // INDEPENDENT. URL: <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/6g-samsung-digital-twinsholograms-a9620071.html>.
5. Deryabina, G., Trubnikova N. Digital B2B Communications: Economic and Marketing Effects // Springer Nature Switzerland AG. 2020. Vol. 87. P. 866–875. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-29586-8.pdf>.
6. Napper B. Computer 50 // Internet Archive. URL: <https://web.archive.org/web/20081001195451/http://www.computer50.org/index.html>.
7. Schoenherr Steven E. The Digital Revolution // Internet Archive. URL: <https://web.archive.org/web/20081007132355/http://history.sandiego.edu/gen/recording/digital.html>.