

Осокіна А.В., к.е.н., доцент.,

Osokina@kneu.edu.ua

Іващук Д.В., студент,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

dmitryukraine0@gmail.com

ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ: ХАРАКТЕР ЗМІН ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Анотація. Викладено основні напрями цифровізації бізнесу, їх вплив направлений на різні сфери управління та бізнесів. Зміни в бізнес моделі компанії які відбуваються при їх провадженні.

Ключові слова: Цифровізація,, діджитал маркетинг, електронна торгівля, бізнес модель.

Актуальність. Завжди мінливе середовище змушує компанії знаходитись в постійному процесі удосконалень під сучасні умови. Найбільші зміни відбуваються під впливом цифровізації. Вона працює зі всіма аспектами організації, найбільші зміни відбуваються в методі ведення бізнесу – її бізнес моделі. Майже всі методи покращення зводяться до введення цифрових систем чи вихід на цифрові ринки. З огляду на це питання щодо цифровізації є надзвичайно актуальним в наш час, бо зміни в бік цифровізації вже не є просто покращенням, а нагальними змінами які потрібні для існування.

Постановка задачі (мета). Дослідження тенденцій та оцінка впливу на бізнес моделі.

Результати. Отже, для розуміння концепту цифровізації, треба розуміти що це метод спрощення, трансформації процесів в різних сферах, в представленні сервісів покупцям та іншим стейкхолдерам, зміні каналів розподілу тощо. [1]

Першою тенденцією цифровізації є електронна документація, перехід до спрощеного документування, на відміну від зберігання всього на папері. Першим з чим стикається компанія, яка переходить на електронну документацію це оцифровування. Оцифровування документів в наш час є вже рідкістю, але деякі компанії і досі працюють з паперовою документацією. Тяжче всього з цим процесом доводиться компаніям в яких основною роботою була робота з паперами, до появи сучасних відцифровуючих апаратів. Це можуть бути не тільки бібліотеки, які працюють з книгами, а й компанії які працюють з великою кількістю документів (аудит компанії чи адвокатські фірми). [2] Які плюси переходу на цифрову документацію?

По-перше це спрощує роботу з документацією, легше знайти дані, які в тебе завжди зберігаються в одному місці, ніж реальні файли, які можуть змінити своє розташування. Плюс ще є в тому, що це спрощує коригування зі збереженням старих версій.

По-друге це полегшує передачу файлів, ви можете перекинути їх будь яким зручним електронним способом і він його отримає за пару секунд.

По-третє зменшення витрат на зберігання, раніше кожна компанія мала склади з документами, які обслуговувало по декілька людей. Зараз вся інформація фірм знаходиться на віддалених орендованих серверах, які не вимагають великих затрат.

Другою тенденцією є діджитал маркетинг, поверхневий рівень якого закладається в рекламуванні своїх послуг та товарів різними брендами. В загальному сенсі це є вивчення ринку як і в загальному маркетингу знову ж спрощеними методами. Методи канали рекламування своєї продукції є різними:

- SEO маркетинг це наука про те, як зробити веб-сторінки привабливими для пошукових систем. Основою є робота з алгоритмами Google, праця з тегами по яким клієнту буде висвічуватись ваша сторінка частіше ніж конкурентів.

- Email маркетинг це робота по розсилкам покупцям чи просто людям, які є вашою цільовою аудиторією листів з матеріалом який заохочує придбати ваш товар. За допомогою листів вони інформують про знижки та майбутні заходи, направляють людей на свої сайти.

- PPC реклама є дієвим способом потрапити до свого покупця. Ви платите відомій компанії Facebook, Instagram тощо, для просування товару і платите їм стільки скільки людей перейшли по посиланню на вашу сторінку. Робота з PPC рекламою є нелегким процесом бо ви повинні досконально продумати теги ваших товарів щоб вони показались саме вашим покупцям.

- Контент маркетинг – це робота з наповненням ваших сторінок. Ваші сторінки в різних соціальних мережах можуть містити: відео з застосуванням продукту чи просто відеорекламу, блоги про можливості товару, документи в яких пишеться склад, інструкція, графіки які дають потрібну інформацію клієнту.

- SMM маркетинг – це праця з соціальними мережами. Це пошук своєї цільової мережі через інтернет. Соціальні мережі допомагають без лишніх витрат зрозуміти як часто до вас заходили на сторінку, скільки на ній залишались, як довго переглядали певний товар тощо.

- Мобільний маркетинг – є типовим прикладом маркетингу. Наприклад: покупець щось придбів, йому пропонується знижка чи бонуси якщо в нього є мобільний додаток компанії в телефоні. Для компанії це є легким способом проведення рекламних акцій без великих витрат. [3]

Кожний спосіб продажів через інтернет дає велику низку параметрів для аналізу і прогнозування ринку, pojawiaються нові показники ефективності, нові графіки, які в зручному вигляді представлені в різних програмах, окрім прогнозу доходів ми можемо відслідкувати зміни в смаках клієнтів вивчаючи теги.

Третьою тенденцією є електронна торгівля яка відкрила новий канал збуту для багатьох компаній. З кожним роком відмічається ріст цієї сфери.

Цілями електронної торгівлі є:

1. Автоматизація процесу. Електронна торгівля є більш легкою для підприємства і прибирає багато лишніх ланок замінюючи їх програмами. [4]

2. Здобуття нових клієнтів на унікальному ринку. Ціллю торгівлі завжди фігурували клієнти, вони являються нашою опорою фінансовою, що теперішньою, що й в очікуваному майбутньому.

Цей бізнес є легшим за brick and stone бо не вимагає великих затрат на приміщення чи робітників, один з головних діячів електронної торгівлі Джефф Безос працював довгий час один в своєму гаражі продаючи книжки та надсилаючи їх звичайною поштою.

Які є основні види електронної торгівлі:

1. Роздрібна та оптова торгівля – є класикою електронної торгівлі нею займаються майже всі компанії, здійснення її відбувається через свою платформу (власний сайт чи сторінка в соціальних мережах) або маркетплейси (Rozetka, OLX, Prom тощо).

2. Дропшипінг – це продаж товарів куплених у третьої сторони. Якщо загальними термінами продавець є посередником між виробництвом і кінцевим споживачем. Термін дуже сильно асоціюється з дешевими схемами по придбанню дешевих товарів з Китаю і перепродаж з десятикратним цінником.

3. Краудфандинг – це утворення фонду компанії чи проекту з грошей які готові закинути зацікавлені люди. Краудфандинг здійснюється людьми через брак коштів на початок випуску певного продукту та зазвичай нагороджує самих великих платників, які закинули саму велику суму, бонусами, безкоштовними зразками, макетами, внутрішніми матеріалами тощо.

4. Цифровий ринок – це ринок товарів, які не представлені в фізичному просторі, тобто знаходяться тільки в вигляді програми в комп'ютері чи інтернеті.

5. Ринок послуг – з появою інтернету багато інформації можна придбати через інтернет. Навчання в інтернеті чи надання психологічної консультації, одні з речей які тут представлені. Бізнеси різних видів замовляють аналітику ринку на якому вони працюють чи інформацію про конкурентів.

Мабуть, головний мінус електронної торгівлі на даний момент – це величезна конкуренція у популярних нішах. Особливо явно вона простежується у сфері продажів різної побутової, комп'ютерної, аудіо- та відеотехніки, смартфонів та іншої електроніки. Щоб перерахувати головних гравців цієї ніші e-Commerce в Україні, не вистачить пальців двох рук: "Розетка", "Ельдорадо", "Фокстрот", "Алло", "Цитрус", Comfy, Stylus, MOYO, Brain, TTT, Avic, City.com, ITBox та багато інших. І це лише найбільші майданчики. [5]

Четвертою тенденцією є віддалена робота, яка стала популярною через пандемію що змінила підхід до праці через постійні загрози зараження закривши багато офісів і відправивши працівників працювати з власних домів. Це відкрило нові горизонти й перепони в роботі і її організації.

1. Гнучкий графік роботи – начальники хоч і контролюють робітників, але не знають чи весь 8 годинний день ти сидиш і працюєш. Керівники можуть поставити завдання, терміни, материка якості чи готовності і залишити його виконання і терміни на працівника. Він можеш працювати як хоче, не обмежуючи себе 8 годинним днем.

2. Економія часу – один приклад був представлений зверху це дорога до роботи, це ще впливає на такі аспекти як зустрічі чи наради, всі зможуть долучитися в поставлений час не зважаючи навіть на відсутніх, тому що сучасні сервіси відеозв'язку зможуть зробити запис цим людям для ознайомлення.

3. Економія грошей – для роботи людині в офісі треба витратити гроші на офіс, стіл, обладнання для роботи (комп'ютер, папір, ручки тощо). В пандемію через блокування головного транспорту – метро для всіх окрім державних служб, компанії навіть починали оплачувати поїздки на таксі для своїх робітників. [6]

Після карантину не всі повернулись в офіси працювати, багато компаній зрозуміло що такий метод праці для них є зручнішим. Але в кожній історії є й інша сторона, недоліки віддаленої роботи: це втрата робочої атмосфери, втрата зв'язків з колегами чи взагалі втрата жаги щось робити. Для контролю цих показників менеджер повинен залучати людей на дистанційній роботі до постійної кооперації, зустрічей, роботі з колегами. [7]

Бізнес модель зазнає змін від всіх факторів представлених вище, деякі впливають на певні пункти прямо (діджитал маркетинг та електронна торгівля), інші опосередковано (електронна документація та віддалена робота). Ключовими аспектами, які зазнають змін є:

1. Цінова пропозиція, яку отримає покупець. Раніше знайти про компанію чи товар якусь інформацію було тяжко. Зараз кожна компанія представлена в інтернеті і кожен охочий може знайти відгуки, інформацію про товар та його ознаки ввівши назву компанії в пошуку.

2. Нові канали збуту. Інтернет торгівля є ще одним методом продажу товарів, який реалізується відсторонено від інших методів. Інтернет торгівля окрім цього дозволяє, проаналізувати і такі дані, як можливий попит більше, через відслідковування даних сайту.

3. Клієнтські групи. Компанія розширює розуміння про своїх клієнтів через обов'язкову реєстрацію при замовленні, створює клієнтський портрет засновуючись на певних аспектах та кількості покупок.

4. Витрати. Кожна категорія працює з різними факторами витрат, скорочуючи кути. Електронна документація працює над зменшенням використання ресурсів на утримання архівів, віддалена робота економить гроші на представлення робочого місця, діджитал маркетинг на проведення польових маркетингових досліджень.

Висновки. Таким чином було проведено дослідження тенденцій цифровізації, а саме: електронна документація, діджитал маркетинг, електронна торгівля та віддалена робота. Проведено оцінку впливу на бізнес моделі організацій: цифровізація в основному впливає на аспекти цінної пропозиції, каналів збуту, клієнтські групи та опосередковано на аспект витрат.

Список використаних джерел

1. Marulanda. J. What is business digitalization? 3 tips to start your digital transformation URL: <https://www.pagero.com/blog/what-is-business-digitalization/#:~:text=Business%20digitalization%20is%20the%20integration,with%20customers%20and%20other%20stakeholders> (accessed: 06.10.2022)
2. Hedstrom M. Digital Preservation: A Time Bomb for Digital Libraries URL: https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/42573/10579_2004_Article_153071.pdf;jsessionid=EE93F60C53236945F2FE78ED9B9B7227?sequence=1 (accessed: 06.10.2022)
3. Гузенко С.Т. Digital-маркетинг: основні поняття та інструменти URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/digital-marketing-cho-eh-to> (дата звернення: 06.10.2022)
4. Builderfly What are the Objectives of Ecommerce? URL: <https://www.builderfly.com/what-are-the-objectives-of-ecommerce-an-expert-guide/> (accessed: 06.10.2022)
5. Wezom Що таке електронна комерція? URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/elektronnaya-kommertsiya> (дата звернення: 06.10.2022)
6. Лисенко Г.Т. Віддалена робота – крок вперед для бізнесу URL: <https://blog.liga.net/user/glyisenko/article/37323> (дата звернення: 06.10.2022)
7. Гриньова А.П. 30 правил віддаленої роботи для команд, лідерів та початківців URL: <https://happy monday.ua/30-pravyl-viddalenoyi-roboty-dlya-komand-lideriv-ta-pochatktivsiiv> (дата звернення: 06.10.2022)

Osokina A. V.,

CSc, Docent,

Osokina@kneu.edu.ua

Ivashchuk D. V.,

Student,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

dmitryukraine0@gmail.com

BUSINESS DIGITALIZATION TRENDS: THE NATURE OF CHANGES AND THEIR IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF BUSINESS MODELS

Summary. Theses talk about the main directions of digitalization of business, their impact is directed to various areas of management and businesses. Changes in the company's business model that occur during their implementation.

Key words: Digitization, digital marketing, e-commerce, business model.

Осокіна А.В., к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту,

alla.osokina@kneu.ua

Удочкін М.В.,

студент факультету Економіки та Управління,

спец. «Менеджмент проектів та консалтинг»,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

maksym.udochkin@kneu.ua

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЙ НА РИНКУ B2B

Анотація. Визначено основні елементи систем управління взаємовідносинами із клієнтами в компаніях, які працюють на B2B ринку. Розглянуто основні теоретичні аспекти управління відносинами з