

1. Martech market size and growth [Internet]. 2021. Available from: <https://www.martechalliance.com/stories/what-is-martech> [Accessed: 2022-01-10]
2. IAB Europe's AdEx Benchmark report is the definitive guide to the state of the European digital advertising market [Internet]. 2021. Available from: <https://iab europe.eu/all-news/iab-europe-releases-full-2020-adex-benchmark-report-to-reveal-digital-advertising-market-size/> [Accessed: 2022-01-10]
3. Kotler P, Kartajaya H, Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons; 2021. 204 p.
4. Ковшова І. О., Бабич Ю. В. Стратегічні напрями розвитку інноваційного маркетингу на ринку високих технологій. *Інноваційна економіка*. 2021. №1-2. 2021[86]. С. 120–125.
5. Ковшова І. О. Оптимізація бізнес-процесів як засіб підвищення ефективності діяльності промислових підприємств. *Економіка, менеджмент, бізнес*. 2016. № 1 (15). С. 53–62.

АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Кудлай В.Г., к.е.н., доцент
Національний авіаційний університет, м. Київ*

Серед найважливіших викликів сучасного світу для розвитку підприємництва є посилення впливу цифрової трансформації бізнесу та інфраструктури на всі сфери суспільного життя. Стрімка цифровізація всіх галузей економіки відкриває нові можливості для бізнесу, активізує інноваційну складову підприємницької діяльності, підвищує конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва. Так, бурхливий розвиток цифровізації потребує трансформаційних змін в бізнес-моделях, стратегіях та тактичних інструментах суб'єктів господарювання.

Варто зазначити, що інформаційно-комунікаційні технології пронизують всі сфери економіки і змінюють соціально-економічні взаємовідносини між суб'єктами ринку праці, впливають на підвищення продуктивності праці, покращення якості життя [1].

В Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації серед напрямів цифрового розвитку виокремлено цифровізацію реального сектору економіки. Так, з метою масштабного здійснення цифрових трансформацій українським

підприємствам, малому та середньому бізнесу, промисловості важливо створити умови та відповідні стимули - від інформаційно-маркетингових до фіскальних. Цифрові технології в Україні повинні бути доступними як з точки зору організаційно-технічного доступу до відповідних цифрових інфраструктур, так і з фінансово-економічної точки зору, тобто через створення умов та стимулів, які будуть заохочувати бізнес до цифровізації. Результатом такої діяльності стане модернізація економіки, її оздоровлення та конкурентоспроможність. Державна політика стимулювання розвитку Індустрії 4.0 має три напрями:

- створення інфраструктури Індустрії 4.0 - індустріальних парків, галузевих центрів технологій тощо;
- доступ до капіталу для створення нових інноваційних виробництв;
- розвиток цифрових навичок для підготовки персоналу, здатного працювати з технологіями Індустрії 4.0. [2]

Тож підприємства, які вже провели цифрову трансформацію, зазнали найменших фінансових та технологічних втрат, так як змогли забезпечити безперервність виробництва, незважаючи на вимоги до самоізоляції для співробітників. В організаціях, які під час кризи експериментували з новими цифровими технологіями, і серед тих, хто інвестував у цифрові технології більші капітальні витрати, ніж в інших компаніях, керівники вдвічі частіше повідомляють про зростання надходжень, ніж керівники інших підприємств. Разом із багаторічним прискоренням цифрового виробництва, криза призвела до кардинальних змін у думках керівництва щодо ролі технологій у бізнесі. [3]

Вивчення передового досвіду вітчизняних і зарубіжних підприємств, дозволяє зробити висновок, що вміле запровадження цифрових інновацій у бізнес-процеси підприємства підвищує його фінансово-економічні результати. Дослідження щодо впливу цифрових технологій на економічний і суспільний розвиток свідчать, що майже 70% суб'єктів підприємництва вважають першочерговими напрямками в своїй стратегії - це здійснення цифрових трансформацій в своїй діяльності.

Близько 40% підприємницьких структур готові трансформувати існуючу бізнес-модель до викликів цифрового світу за умови наявності відповідних фінансових, трудових, технологічних ресурсів. Майже 90% топ-менеджерів зазначили, що до пандемії COVID-19 не вважали за першочергове для збереження і зростання бізнесу впроваджувати цифрові інновації. При цьому в сучасних умовах це є нагально важливим кроком. Варто зазначити, що лише третина топ-менеджменту має чітке бачення цифрових змін своїх бізнес-моделей.

Аналіз цифрової трансформації бізнесу і середовища дозволяє виокремити такі магістральні вектори цифрових стратегій бізнесу:

- щодо ресурсів – оптимізація витрат, зростання каналів комунікацій, зменшення рутинних операцій та їх автоматизація;
- щодо конкуренції – е-комерція та автоматизація бізнес-процесів безумовно сприяє зростанню конкурентної позиції на ринку;
- щодо даних – Великі дані або «Біг Дата» сприяють повнішому контролю, відкритості, доступності інформації в режимі реального часу, а також виключення можливостей маніпуляцій та впливу людського фактору;
- щодо інновацій – сприяє масштабуванню бізнесу та зростанню його конкурентних переваг;
- щодо загальної бізнес-цінності – зростає рівень пізнаваності бренду підприємства, рівень лояльності споживачів, бізнес-цінності підприємств резонують з цінностями клієнтів, співробітників, основних стейкхолдерів.

Серед успішних бізнес-кейсів запровадження цифрових технологій варто виділити такі компанії:

- «Amazon», де спілкування з покупцями відбувається за допомогою персоналізованого онлайн-сервісу в магазинах з повним цифровим функціоналом самообслуговування.
- «Audi» з 2012 року запровадила продаж автомобілів в цифровому виставковому майданчику Audi City. Таке інноваційне рішення сприяло зростанню продажів автомобілів до 60% порівнюючи з традиційними виставковими залами.
- «General Electric» вийшла на ринок з унікальною адаптованою екосистемою вітроенергетики, яка включає цифрову інфраструктуру вітроенергетичної галузі. Такі інноваційні рішення дозволили підвищити ефективність на 20%.
- Застосування Великих даних або «Біг Дата» дозволила «Glassdoor» зробити аналітику ринку праці США за кількістю акумульованих вакансій і пропозицій роботодавців та пошукачів роботи на 16% більш ємним.
- «McCormick & Company» для формування рекомендацій у їжі запровадила онлайн-інструмент FlavorPrint. Штучний інтелект на основі відповідей споживачів щодо їх вподобань і смакових звичок розробляв індивідуальну рецептуру для кожного покупця. Така ідея в подальшому вплинула на відокремлення технологічної компанії Vivanda.
- «Netspresso» використовує цифрову платформу на всьому ланцюжку спілкування із споживачем, від формування замовлення до післяпродажного обслуговування. Такий інструмент дозволив компанії масштабувати бізнес і збільшити фінансово-економічні результати діяльності.

- Компанія із продажу спортивного одягу «Under armog» запровадила для своїх клієнтів цифрову платформу, яка в режимі реального часу відстежує і дає рекомендації споживачам щодо стану їх здоров'я під час спортивних занять.

Процес цифровізації ринкової економіки має сильний вплив на ринок праці. Під процесом цифровізації мається на увазі впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в різні сфери діяльності бізнесу та працівників. [4] Отже, вищезазначені тенденції будуть визначати розвиток підприємницької діяльності та взаємодію всіх стейкхолдерів.

Як зауважує В.Г.Кудлай, в майбутньому саме інтелектуальні продукти, інформаційна, а не матеріальна сфера економіки будуть генерувати все більший обсяг прибутку і робочих місць. [5] Однозначно, що рівень впровадження цифрових інновацій в бізнес-процеси, цифрова компетенція персоналу, будуть визначати успіх підприємницької діяльності.

Список використаних джерел:

1. Кудлай В. Г. Сучасні тренди розвитку ринку праці в умовах цифровізації / Кудлай Віра Григоріївна // Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 21 жовт. 2021 р. / М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т, Ф-т економіки та бізнес-адміністрування ; [голов. ред. С. Смерічевський, чл. редкол. Н. Касьянова, О. Чумак, Т. Князева та ін.]. – Київ : НАУ, 2021. – Т. 1. – С. 65–66.

2. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13>. (Дата звернення: 23.01.2022).

3. Кудлай В. Г. Пандемія як стимул для розвитку цифрових трансформацій економіки / Кудлай Віра Григоріївна, Демиденко Валерія Олегівна // Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 21 жовт. 2021 р. / М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т, Ф-т економіки та бізнес-адміністрування ; [голов. ред. С. Смерічевський, чл. редкол. О. Ареф'єва, Т. Косова, О. Рибак]. – Київ : НАУ, 2021. – Т. 2. – С. 222–223.

4. Кудлай В. Г. COVID-19 і віртуальний ринок праці / Кудлай Віра Григоріївна, Попов Вадим Костянтинович // Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 21 жовт. 2021 р. / М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т, Ф-т економіки та бізнес-адміністрування ; [голов. ред. С. Смерічевський, чл. редкол. Н. Касьянова, О. Чумак, Т. Князева та ін.]. – Київ : НАУ, 2021. – Т. 1. – С. 67–69.

5. Кудлай В.Г. Виклики та напрямки модернізації бізнес-освіти. Інновації в бізнес освіті: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.; 22-23 травня 2019 р., м. Київ К. : КНЕУ, 2019. С.44-47.

РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ

Ромащенко О.С., к.е.н.,

Державний університет телекомунікацій, Київ

. Оскільки цифрові тенденції розвиваються щороку, економісти мають завжди бути в курсі змін, щоб легко адаптуватися до нових технологій і залишатися попереду на ринку торгових послуг. Це допоможе підприємствам роздрібною торгівлі отримати конкурентну перевагу і стати здатними розробляти нові способи розвитку свого бізнесу, генерувати види і покращувати стосунки зі своїми існуючими клієнтами [1].

Нині роздрібна торгівля є одним з тих самих сегментів української економіки, що швидко розвиваються, з помітним реальним практичним впровадженням і застосуванням цифрових рішень. Ескалація цифрових продуктів, що охоплюють торговий процес, упевнено наближає галузь до лідируючого пулу галузей цифровізації (банки, страхування, медіа, промисловість і т.д.), стаючи головним інструментом в залученні споживача і нарощуванні прибутку.

Наскрізне проникнення нових технологій, що супроводжується глибокими змінами структури і характеру сучасного споживчого ринку, підвищеними вимогами до розвитку торгівлі в глобальному масштабі, обумовлює неминучість трансформації «класичної моделі» роздрібною торгівлі.

Природний потенціал і гнучкість до впровадження цифрових продуктів у поєднанні з високою мірою соціалізації торгової галузі забезпечує розширені можливості функціонування в новому конкурентному цифровому середовищі і досягнення найбільшої динаміки технологічного випередження відносно інших видів економічної діяльності.

. Роздрібна торгівля є старовинним видом діяльності, проте, у зв'язку з розвитком суспільства, зміною ринку виникає необхідність в істотному розвитку технологій і існуючих підходів до цієї сфери діяльності. У ритейл входять усі види діяльності, які пов'язані з маркетингом і розподілом товарів і послуг. Виходить, що маркетинг має ключове значення у будь-якій операції роздробу, оскільки для