

Сагайдак М. П., д.е.н., проф.,
завідувач кафедри менеджменту,
mykhailo.sahaidak@kneu.ua

Андрющенко А. Р.,
здобувач 2 курсу ОПП «Менеджмент проєктів та консалтинг»,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
anastasiia.andryshchenko@kneu.ua

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Анотація. У статті досліджено ключові аспекти розвитку систем цифрових комунікацій, які зазнають суттєвих змін під впливом сучасних інноваційних тенденцій до цифрових трансформаційних процесів.

Ключові слова: цифрова трансформація, цифрові тренди, цифрові технології, цифрові екосистеми, цифрові комунікації.

Актуальність. Суттєві, а іноді докорінні зміни, що відбулися завдяки цифровій революції у II половині XX ст. у світовому співтоваристві, стали подальшою передумовою до глибокого впровадження та масового поширення інформаційно-комунікаційних технологій (ICT, або “Information and communications technology”) у суспільстві на різних його рівнях. Четверта інформаційна революція, у свою чергу, виокремила новий вектор розвитку політичних, економічних та культурних процесів у бік формування, вирощування та підтримки потреб постіндустріального суспільства, здетонувавши такі сучасні важелі глобальної трансформації, як, наприклад, інтеграція комерційних зв'язків, уніфікація ділових комунікацій, стандартизація менеджменту якості тощо [1]. Зіткнувшись із мінливими, амбівалентними та важкопрогнозованими умовами ринку, сучасні успішні бізнес-організації незважаючи на виклики VUCA-світу, адаптувалися під нові реалії, зміцнили та затвердили нішевий вплив. Ключовим фактором у процесі модернізації бізнес-моделі на користь клієнтоорієнтованості, який відіграв важливу роль у цьому своєрідному природному бізнес-відборі, стає рівень розуміння важливості, особливостей ефективного моделювання та перспектив розвитку цифрових комунікацій у системі управління бізнес-організацією.

Постановка задачі (мета). Обґрунтування підходів до удосконалення системи управління бізнес-організацією на основі цифрових комунікацій.

Результати. Цифрова трансформація (у пер. на англ. “digital transformation”) - це процес змін у бізнес-стратегії, бізнес-моделі, бізнес-операціях, ціннісних орієнтирах, маркетинговому підході тощо бізнес-організації, які викликані або ініційовані інструментами, технологіями й засобами цифрового характеру, що також впливають на всі аспекти людського життя.

Можна виділити наступні цифрові тренди, що визначають пріоритетний вектор цифровізації сучасних бізнес-організацій у світі, а саме:

- підвищення комерційного значення цифрових даних як головного джерела підкріплення конкурентоспроможності бізнес-організацій;
- розвиток сфери Інтернету речей (у пер. на англ. “Internet of things”, або IoT);
- зростання кількості цифрових комунікаційних екосистем у рамках окремих партнерських бізнесів чи галузевих ринкових секторів;
- перетворення світової економіки у економіку спільного користування;
- віртуалізація фізичних інфраструктурних IT-систем;
- досягнення суттєвого прогресу у ефективному використанні штучного інтелекту для потреб світової економіки;

– створення автоматизованих цифрових бізнес-платформ [2; 4].

Сучасні цифрові технології створюють міцний фундамент для формування, побудови й впровадження у дію бізнес-процесів у системі бізнес-організацій, що орієнтовані на цифрову трансформацію, а інструменти цифрових комунікацій допомагають втілювати певного роду концептуальні й виконавчі бізнес-задачі. Слід зазначити, що реалізація даних операцій не можлива без злагодженої системи цифрових комунікацій, що регулюватимуть, контролюватимуть і стимулюватимуть обмін цифровою інформацією у віртуальному середовищі. Зокрема, сучасні цифрові комунікації (у пер. на англ. “digital communication”) представляють як персоналізовану та таргетовану онлайн-взаємодію бізнес-організації із ключовими споживачами інформаційного контенту, що здійснюється за допомогою використання різних інформаційних технологій комунікацій [4].

Перевагами цифрових комунікацій у порівнянні з фізичними є: швидкість обміну інформацією; зручність використання; можливість ефективно взаємодіяти за рахунок поєднання усних та письмових комунікацій; можливість відтермінування відповіді; легкість відтворення інформації; можливість створення віртуальних спільнот за сферою інтересу діяльності; а також відсутність обмежень територіально та у просторі. Недоліками цифрових комунікацій у порівнянні з фізичними є: потребують певних навичок і вмінь; необхідність фінансових вкладень у програмне забезпечення; вірогідність маніпулювання фактами й спотворення інформації; ризик інформаційного перевантаження; а також якість комунікаційних мереж залежать від стану комп'ютерної техніки, отож у бізнес-організації, що використовує цифрові комунікації для взаємодії із ключовими споживачами інформаційного контенту, потрібна наявність сучасного технологічного обладнання.

На нашу думку, цифрові комунікації в системі управління бізнес-організацією слід розділяти на основні три сектори, що мають бути зорієнтовані окремо для вирішення потреб на макро-, мезо- і мікро- рівнях [3]. На макрорівні бізнес-організація завдяки певним цифровим шлюзам має змогу підтримувати зв'язок із некомерційними й іншими комерційними установами, на мезорівні - із ключовими стейкхолдерами й кінцевими споживачами, на мікрорівні - із керівниками й виконавцями безпосередньо залученими у операційні процеси системи у рамках здійснення господарської діяльності. Яскравим прикладом платформи цифрових комунікацій макрорівня є проект Дія.Бізнес, який по суті представлений як площадка формату one stop-shop для підприємців малого та середнього бізнесу, на якій міститься актуальна інформація бізнесового характеру понад 65 різних напрямків із можливістю отримання професійної консультації чи безкоштовної освітньої послуги у цифровому просторі [5].

На мезорівні система цифрових комунікацій покликана формувати, контролювати й реалізовувати взаємодію бізнес-організацій із ключовими стейкхолдерами й кінцевими споживачами продукції чи послуг. Основними платформами цифрової комунікації під контролем безпосередньо певної бізнес-організації, у такому разі, будуть виступати CRM-системи зовнішнього використання, цифрові рішення з інтегрованих маркетингових комунікацій, прикладне програмне забезпечення розширеного управління бізнес-відносинами.

На мікрорівні система цифрових комунікацій покликана формувати, контролювати й реалізовувати взаємодію функціональних керівників й операційних виконавців безпосередньо залученими у ключові процеси бізнес-системи у рамках здійснення господарської діяльності бізнес-організаціями. З цією метою використовуються наступного різновиду платформи цифрових комунікацій як CRM-системи внутрішнього використання, цифрові рішення управлінського моніторингу, програмне забезпечення розширеного управління персоналом.

Висновки. Розуміння стратегічної важливості, принципів особливостей ефективного моделювання та перспектив розвитку цифрових комунікацій у системі

управління є безперечною запорукою успішного функціонування бізнес-організацій. Розвиваючи не лише традиційні офлайн-комунікації, вітчизняні бізнес-організації не лише акумулюватимуть більший комерційний прибуток, а й створять надійну основу для формування некомерційного капіталу, що у недалекому майбутньому гратиме далеко не останню роль у прогресивних неоекономічних реаліях.

Список використаних джерел

1. АППАУ. Національна стратегія розвитку «Індустрія 4.0» / Асоціація «підприємств промислової автоматизації України», 2019. - 78 с.
2. McKinsey Global Survey. How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point and transformed business forever. McKinsey & Company. October 5, 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever>
3. Бірюков А., Фіщук В., Риженко. Цифрова адженда України – 2020/ ГО «ХайТек Офіс Україна», 2016. - 90 с.
4. Глебова О., Кравченко В. Розвиток цифрових комунікацій в умовах діджиталізації економіки України: проблеми та можливості / Електронне фахове видання “Ефективна економіка”. - Випуск №9. - 2021. - 6 с.
5. Мінцифри. Послугами Дія.Бізнес скористалися більше 1,2 млн українців / Міністерство цифрової трансформації України, 2021. - Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/news/mincifri-poslugami-diyabiznes-skoristalisya-bilshe-12-mln-ukrayinciv>

Sahaidak M. P.,

DSc, Professor, Head of Management Department,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
mykhailo.sahaidak@kneu.ua

Andryuschenko A. R.,

student 6th year of specialty "Project Management and Consulting",
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
anastasiia.andryshchenko@kneu.ua

DIGITAL COMMUNICATIONS IN THE BUSINESS ORGANIZATION MANAGEMENT SYSTEM

Summary. *The article examines the prerequisites, foundations, and technological-instrumental aspects of the development of digital communication systems in the world and in Ukraine, which are undergoing significant changes under the influence of modern innovative trends towards digital transformation processes.*

Key words: *digital transformation, digital trends, digital technologies, digital ecosystems, digital communications.*

Сагайдак М. П., д.е.н., проф.,
завідувач кафедри менеджменту,
mykhailo.sahaidak@kneu.ua

Воробей Д.С.,

студент 2-го курсу другого (магістерського) рівня,
освітня програма «Менеджмент бізнес-організацій»,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ ЗА ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ УМОВ СЕРЕДОВИЩА

Анотація. *У статті досліджуються теоретичні аспекти удосконалення управління логістичною діяльністю бізнес-організацій в умовах воєнного стану та пов'язаними з ним трансформаційними умовами*