

# ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Лебедка А.А.**, магістрант

**Куліш Т.В.**, к.е.н., доцент

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

*імені Дмитра Моторного*

З розвитком впровадження інформаційно-комунікаційних технологій і нових підходів, пов'язують очікувані зміни різних показників операційної діяльності компаній. До таких показників можна віднести: зростання прибутку, скорочення витрат, покращення якості продукції, підвищення продуктивності та безпеки праці, збільшення обсягу та оптимізація виробництва, вихід на нові ринки збуту та залучення нових клієнтів, оптимізація післяпродажного обслуговування та інші [1].

Введення електронних технологій стає все доступнішим з кожним роком. Так за останні 15 років вартість обробки інформації скоротилась в 60 разів, доступу до мережі Інтернет в 40 разів, на збереження інформації – в 25 разів. Більш доступним для організацій стало впровадження відомих алгоритмів, математичних моделей та підходів.

Впродовж останніх 10 років стрімко знижується вартість високотехнологічних гаджетів, таких як смартфони, 3-D принтери, дрони, роботизована техніка. Інтернет стає доступним навіть в найвіддаленіших куточках світу. Так станом на січень 2021 року, кількість інтернет-користувачів по всьому світу складає 4,66 млрд осіб. Це 59,5% від населення планети. Слід зазначити, що фактором прискорення розвитку цифрової економіки стала пандемія COVID-19, яка захопила весь світ. В зв'язку з вимушеною самоізоляцією, з'явилися навички дистанційної роботи та навчання, виникли нові бізнес-моделі, зазнала розвитку роботизація [3]. В результаті цього, можна зазначити, що світ швидко увійшов в нову еру - еру цифрової економіки.

Цифрова трансформація – це процес трансформації підприємства, шляхом перегляду та зміни його бізнес-моделей, маркетингової стратегії, продукції, цілей компанії тощо, шляхом введення сучасних цифрових технологій [1].

Компанії, котрі користуються стрімким ростом технологій та будують нові бізнес-моделі, ґрунтуючись на сучасних цифрових рішеннях, забезпечують суттєве зростання бізнесу. Традиційні ж компанії, які не адаптувалися під роботу в нових умовах цифрової економіки, можуть втратити свої позиції на ринку.

У світі відомо не мало випадків, коли провідні компанії не змогли перебудуватись відповідно до сучасних умов, та втратили свою частку ринку. Це такі компанії як , Nokia, Motorola, Kodak, Facit, MySpace, Blackberry, Memorex. Однак, існує велика кількість прикладів, коли невеликі стартапи перетворились на всесвітньовідомі компанії - Apple, Amazon, Facebook, Microsoft, Google.

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

Можливість різкої втрати частки ринку, зростаючий попит на цифрові продукти і послуги, поява нових бізнес-моделей - ці та інші чинники вивели цифрову трансформацію на перше місце в пріоритетах компаній, освітніх закладах та органів влади.

Основним завданням цифрової трансформації є розвиток цифрового середовища компанії, в якому всі елементи будуть працювати злагоджено. Виділяють внутрішні та зовнішні алгоритми цифрової трансформації [2].

Зовнішні цифрові технології спрямовані на налагодження взаємозв'язку зі споживачами, розширення клієнтської бази, покращення іміджу, збір первинних даних про аудиторію. Внутрішні цифрові технології корпоративної трансформації націлені на покращення бізнес-процесів безпосередньо в середині організації. Лише поєднання двох напрямків призведе до позитивного результату.

Серед елементів зовнішніх цифрові технології можна виділити унікальні онлайн-платформи - соціальні мережі. Це головне місце скупчення мільйонів користувачів, а отже можливість для розвитку малого та середнього бізнесу. Соціальні мережі дають можливість: знайти нових споживачів та підтримувати зв'язок з існуючими; швидко реагувати на конфліктні ситуації; займатись продажем товарів та послуг; інформувати клієнтів про нову продукцію, підвищити популярність бренду тощо. Тому цифрова трансформація неможлива без створення корпоративних акаунтів в соціальних мережах. Їх можна об'єднувати з сайтом компанії, розсилками або іншими цифровими інструментами. Це можуть бути посилання на офіційні спільноти компанії в соціальних мережах, або кнопки заклик до дії. А підключення чат-боту допомагає купувати продукцію, не покидаючи додаток.

Деякі бізнес-процеси не можуть обійтися без створення сайту. Його наявність - один з перших кроків цифровий трансформації. Для простоти та зручності в користуванні сайтом необхідно розмістити вікно з чатом для запитань, кошик, замовлення дзвінку, кнопки переходу в месенджери тощо.

Також, стратегія цифрової трансформації підприємства може включати розробку мобільного додатку. Воно допомагає підтримувати зв'язок з клієнтом, підвищуючи лояльність і довіру. Внутрішня цифровізація – це ряд нововведень щодо оптимізації робочих процесів компанії. В результаті поліпшення внутрішнього середовища компанії простіше домогтися лояльності співробітників та збільшити прибуток [2].

Система електронного документообігу - необхідна для підприємств будь-якого масштабу. Програмне забезпечення здійснює роботу з електронними документами на всіх етапах: створення, узгодження, зберігання. Ця стратегія цифрової трансформації з'явилася з переходом на дистанційний графік роботи. Місце знаходження співробітників не впливає на виконання робіт. У сервісах можна зберігати, редагувати, управляти і обмінюватися робочими файлами.

Отже, можна зазначити, що цифрові трансформації дають нові можливості для бізнесу, як у корпоративному середовищі компанії так і під час ринкових

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ГДАТУ](#)

взаємодій. Не існує єдиних вимог, які підійшли б усім організаціям. Тому, вибираючи цифрові трансформації, орієнтуйтеся на чітко позначені потреби компанії, її місію та цілі. Доцільно інтегрувати канали цифровізації. Необхідно поєднувати їх так, щоб кожна одиниця каналу передавала інформацію іншій одиниці. Компанія повинна слідкувати за нововведеннями та вміло їх застосовувати, щоб залишатись конкурентною на ринку.

### Список використаних джерел:

1. Бажал Ю. "Інформаційна економіка" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/2430/1/BazhalInformatsiyna\\_ekonomika.pdf](http://www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/2430/1/BazhalInformatsiyna_ekonomika.pdf).
2. Куліш Т.В. Роль маркетингових досліджень в прийнятті управлінських рішень. Актуальні проблеми розвитку малого та середнього підприємництва: матеріали регіональної науково-практичної конференції, 12 грудня 2017 р. Мелітополь. 2017. С. 60-62.
3. Куліш Т.В. Маркетингові цифрові технології в просуванні крафтової продукції підприємств. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development : Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU".* – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. с.239-242.
4. Legeza D., Esengazieva S. Crucial challenges of digital marketing in companies of ag engineering industry. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development : Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU".* – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. p.207-212.
5. Sokil Ya. S., Sokil O. H Digital communication tools for online business. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development : Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU".* – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. с. 15-17.

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ: ПЕРЕВАГИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ВИКЛИКІВ

**Маркевич К.Л.**, к.е.н., провідний експерт економічних та соціальних програм,  
*Центр Разумкова*

Цифровізація – одна з визначальних тенденцій розвитку людської цивілізації, яка формує більш інклюзивне суспільство та кращі механізми управління, розширює доступ до охорони здоров'я, освіти та банківської справи, підвищує якість та охоплення державних послуг, розширює спосіб співпраці людей, а також дає змогу скористатися більшим розмаїттям товарів за нижчими цінами. Поступ

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)