

11. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
12. Kobieliava T.O, Tkachov M.M. , Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Determination of marketing characteristics of market capacity for electrical automation. // *Менеджмент і маркетинг інновацій*. №3. С.79-86.
13. Tkachev M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.
14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика. К.: *Знання*, 2009. 1070с.

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗОВНІШНЬО-ТОРГОВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ

А. Є. АЧКАСОВ, д-р екон. наук, професор, професор кафедри економіки
І. В. МІЛЬКІН, старший викладач кафедри економіки
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Зовнішньоторговельні компанії різних галузей, починаючи від роздрібною торгівлі, фінансів, охорони здоров'я, до державного сектору, запускають проекти цифрової трансформації для покращення якості обслуговування клієнтів та підвищення операційної ефективності. Компанії, що рухаються цією тенденцією, різноманітні: деякі з них є стартапами, інші – лідерами цифрової економіки, деякі, як і раніше, є традиційними фірмами, які адаптуються до більш цифрового світу, «платформної економіки» та екосистемних стратегій.

Що означає цифрова трансформація для бізнесу сьогодні, коли інвестиції в технології досягнуть 2,3 трлн дол. до 2023 [1]? Оскільки цифрова трансформація буде виглядати по-різному для кожної компанії, може бути важко дати її визначення, яке стосується всіх. Проте у доповіді Всесвітнього економічного форуму та компанії Accenture цифрова трансформація у широкому розумінні визначається як «зміна галузей шляхом руйнування існуючих бізнес-та операційних моделей» [2].

На рівні компанії це означає інтеграцію цифрових рішень у саму суть бізнесу, глибокі зміни через створення нових бізнес-процесів, досвіду клієнтів та організаційної культури. Цифрова трансформація – це не просто зміна технологічних чи операційних рішень для бізнесу, скоріше – перетворення всіх сфер роботи організації, – від того, як вона працює всередині, через цифровий досвід клієнтів до цінності, яку клієнти отримують через послуги зовнішньоторговельної компанії.

Цифрова трансформація має вирішальне значення для зростання бізнесу – вона дає зовнішньоторговельним компаніям можливість розкрити ще більший потенціал, дозволяючи їм ефективно масштабуватись, охоплюючи нових клієнтів із мінімальними операційними накладними витратами, починаючи з фінансів, маркетингу та закінчуючи обслуговуванням клієнтів.

Хоча цифрова трансформація буде широко змінюватись в залежності від конкретних завдань та вимог зовнішньоторговельної організації, існує кілька спільних тем серед існуючих досліджень, які керівники бізнесу повинні враховувати, коли вони приступають до цифрової трансформації.

Наприклад, такі елементи цифрової трансформації, як досвід роботи з клієнтами, оперативна гнучкість, культура та лідерство, стимулювання робочої сили, інтеграція цифрових технологій, згадуються найчастіше.

Зовнішньоторговельні компанії можуть вибирати кілька варіантів під час впровадження цифрової бізнес-моделі. Вибраний шлях, ймовірно, визначатиметься такими факторами:

- наскільки існуюча можливість цифрової трансформації близька до актуальної бізнес-моделі компанії;
- чи можна найняти відповідних цифрових фахівців;
- наскільки швидко змінюється ринок, на якому компанія діє.

Залежно від поєднання цих чинників зовнішньоторговельні компанії обиратимуть різні шляхи впровадження цифрової бізнес-моделі: «побудувати», «купити», «інвестувати». Додатковими підходами є «партнерство» та «акселерація». Наприклад, якщо цифрова бізнес-модель пов'язана з основним бізнесом компанії, можливо найняти цифрових фахівців. До кардинальної зміни ринку ще є час, зовнішньоторговельні компанії йдуть шляхом – «побудувати» свою цифрову бізнес-модель. Коли стратегічно важливо володіти ринком, поточний режим ведення бізнесу мало відповідає можливостям впровадження цифрових технологій, точка зміни ринку близька, а найняти відповідних фахівців неможливо, найбільш сприятливим способом є «купити».

Коли немає стратегічної необхідності «володіти» продуктом, щоб пропонувати його клієнтам, потрібні глибші партнерські відносини, зовнішньоторговельна компанія обирає шлях співпраці з компанією – «цифровим уродженцем».

Стратегії «інвестування» у потрібні навички та можливості дозволяють зовнішньоторговельній компанії ставати швидшою та гнучкішою в цифровому світі, а стратегія «акселерації» дозволяє встановити тісніші стосунки з компанією, що фінансує, використовувати внутрішні можливості для допомоги стартапу, заснованому на цифрових технологіях.

Також зовнішньоторговельні компанії переглядають свої операційні моделі. Це пов'язано з тим, що в цифровій економіці змінюється співвідношення планування та управління. Сьогодні більшість рішень застосовуються на рівні оперативного регулювання в умовах бізнес-середовища, що швидко змінюється, спрямованих на подолання ситуаційних обмежень і підвищення операційної ефективності.

Література:

1. Przybysz-Smęda K. What Is Digital Transformation? Complex Guide for 2022. URL: <https://www.netguru.com/glossary/digital-transformation> (дата звернення: 25.05.2022).
- 2 Digital Transformation Initiative in collaboration with Accenture: Unlocking \$100 Trillion for Business and Society from Digital Transformation. Executive summary. January 2017. P. 16-17.