

- упровадження в Україні Фондом «Східна Європа» та Фондом «Innovabridge» Програми «Електронне урядування задля підзвітності влади та участі громади»;
- надання можливості купувати військові облігації у застосунку «Дія», що забезпечило підтримку економіки України;
- зближення вітчизняного та європейського законодавства у сферах електронної ідентифікації та електронних довірчих послуг.

Запровадження таких заходів стимулюватиме цифрову трансформацію економіки для забезпечення стійкості та гнучкості нашої держави й інтеграції України до міжнародного цифрового простору. Активізація відповідних процесів має потенціал залучення коштів у межах програми ЄС «Цифрова Європа» та програми фінансування під'єднання вітчизняної магістралі до цифрових глобальних шлюзів і підвищення цифрового потенціалу українських компаній, їх структурної модернізації та, як наслідок, посилення їхньої стійкості в післявоєнний період.

Підсумовуючи, цифровізація економіки України є вирішальним фактором розвитку країни в сучасних умовах. Це надає можливості для підвищення конкурентоспроможності, підключення та інновацій, але також вимагає постійних інвестицій у цифрову інфраструктуру та сприятливого правового та регуляторного середовища.

Література:

1. Котелевець Д. О. Тенденції розвитку цифрової економіки в Україні. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2022. № 5. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-5-03-01/2022-5-03-01> (дата звернення: 31.01.2023)
2. Дернова І. А., Боровик Т. М. Цифровізація економіки України в умовах пандемії: тенденції та напрями розвитку. *Економіка: реалії часу.* 2022. № 1. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No1/22.pdf> (дата звернення: 31.01.2023)
3. Огляд цифрової трансформації економіки України в умовах війни (жовтень 2022). URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-tsyfrovoyi-transformatsiyi-ekonomiky-ukrayiny-v-umovakh-viynu> (дата звернення: 31.01.2023)
4. Федоров М. Цифровізація України: до, під час та після повномасштабної війни. *Українська правда.* 2022. 27 травня. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/05/27/7348844/> (дата звернення: 31.01.2023)

СТРАТЕГІЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

Д. М. КРИВЕНКО, *студент*

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Цифрова трансформація бізнесу передбачає реструктуризацію системи управління бізнес-організацією та низку таких управлінських рішень:

- вибір методу цифрового перетворення. Дослідники з Boston Consulting Group вважають, що компанії обирають один із двох шляхів. Перший – покроковий шлях трансформації, який вважається неефективним, оскільки цифрова трансформація відбувається занадто швидко. Другий – мінливий і

ризикований, оскільки компанії вдосконалюють свої власні технологічні можливості якомога швидше;

- розробка цифрової стратегії компанії та повна зміна поточної бізнес-моделі [2, с. 56].

Слід розрізняти онлайн-стратегію та цифрову стратегію компанії. Онлайн-стратегія – це стратегія використання цифрових активів компанії для максимізації бізнес-результатів. Завдання менеджера полягає в: діагностиці проблем в компанії, які можна вирішити за допомогою онлайн-активів компанії; розробка способів використання онлайн-ресурсів для задоволення потреб і досягнення цілей компанії та зацікавлених сторін; визначення пріоритетних онлайн-ініціатив компанії. Головне – визначити здатність замовника реалізовувати цифрові стратегії шляхом визначення джерел загроз і бізнес-можливостей і на цій основі обґрунтувати розподіл ресурсів та інвестицій у традиційні та цифрові стратегії.

Цифрова стратегія – це стратегія перетворення бізнесу в цифрове підприємство, в якій цифрові комунікації забезпечують взаємодію бізнес-організації з її клієнтами, індивідуальні та персоналізовані пропозиції продуктів та послуг, прийняття рішень на основі даних під впливом зовнішніх змін і внутрішнього середовища компанії. Цифрові стратегії також включають стратегії цифрових операцій, хмарних обчислень і управління додатками. Цифрова стратегія буде ділові відносини на цифрових мережах, які підтримуються технологічними платформами корпоративного класу, які використовуються бізнес-організацією для підтримки критичних бізнес-функцій і послуг [2, с. 57].

Діджитал-компанія фокусується на цифровій підтримці бізнес-процесів і послуг з використанням сучасних технологій та інформаційних систем. Це дає можливість цифровим компаніям децентралізувати свою роботу, підвищити зрілість ринку та швидкість реагування, а також покращити залучення клієнтів. Метою цифрової компанії є економія витрат, досягнення конкурентних переваг, безперервності та ефективності бізнесу.

Слід звернути увагу керівників на використання цифровою компанією технологічних платформ, зокрема CRM – Customer Relationship Management; SCM – Supply Chain Management; ERP – планування ресурсів; KMS – система управління знаннями; ECM – Company Content Management і так далі.

Метою цих технологічних платформ є забезпечення цифрової інтеграції та обміну інформацією всередині організації з працівниками та поза організацією з клієнтами, постачальниками та іншими діловими партнерами [1]. Отже, серцевиною цифрового бізнесу та більш ефективним інструментом управління ним є інформаційні технології.

Під впливом цифрової стратегії змінюються всі сфери бізнесу: по-перше, маркетингові стратегії, взаємодія зі споживачами (замовниками). Це насамперед цифровий маркетинг, щоб залучити та утримати клієнтів через цифрові канали. Цифровий маркетинг включає:

а) Інтернет-маркетинг (SEO просування сайту, контекст, вебінари тощо, тобто всі канали, доступні лише користувачеві в Інтернеті);

б) Просування товарів/послуг/діяльності на будь-якому цифровому носії, цифрові методи та цифрові канали з використанням ІКТ поза мережею (мобільні пристрої, локальні мережі, цифрове телебачення, інтерактивні екрани, POS-термінали). Тобто цифровий маркетинг дозволяє охопити як онлайн, так і офлайн споживачів, мати чіткі та детальні дані про продукти та клієнтів, зафіксовані аналітичними системами [3].

Однак багато цифрових стратегій зазнають невдачі. Це пов'язано зі ступенем руйнівної економічної сили цифрових комунікацій і невідповідністю цифрових стратегій традиційним економічним, стратегічним і операційним моделям [1].

Отже, найважливішою рисою сучасної економічної глобалізації є перехід до цифрової економіки та цифрова трансформація бізнес-процесів і процесів управління. Остання включає розробку та впровадження цифрових стратегій і бізнес-моделей для розвитку корпоративних організацій. Проникнення цифрового стратегування в управління сучасними корпоративними організаціями призводить до перегляду всієї стратегічної піраміди: корпоративної, конкурентної (бізнес) та функціональної (насамперед маркетингова, кадрова, інноваційна стратегії), цифрова стратегія компанії вимагає цифрової трансформації її бізнес-моделі, тобто того, як компанія створює цінність для клієнтів.

Література:

1. Бізнес-модель підприємства, її ключові елементи і завдання. URL: https://studopedia.su/12_21454_biznes-model-pidpriiemstva-ii-klyuchovi-elementi-i-zavdannya.html (дата звернення: 30.01.2023).
2. Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Індекс цифровізації як основний фактор розвитку цифрових технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 4 (26). С. 56-61.
3. Digital firm. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_firm (дата звернення: 30.01.2023).