

**Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліbermanу

Тези доповідей

19 листопада 2021 року
м. Харків, Україна

Харків
2021

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 5 від 03.11.2021 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 11 від 19.10.2021 р.)

Рецензенти: **Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожного університету;
Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;
Перерва Петро Григорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 19 листопада 2021 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 92 с. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках шістнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції на електронному носії.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковцям, освітніх і громадських організацій, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

Пріоритетні вектори цифрової трансформації бізнесу

Ставерська Тетяна Олександрівна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри

міжнародної економіки та менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),

e-mail: staverskaya@gmail.com

Діджиталізація обумовлює виникнення нових форматів ведення бізнесу і, відповідно, потребує формування нових підходів до управління підприємством, його активністю та розвитком, які дозволяють сформувати власну екосистему інформаційно-комунікаційної взаємодії з різними стейкхолдерами, що ґрунтується на партнерстві, клієнтоорієнтованості, інноваційності та синергії. Наразі, як доводять консультанти McKinsey [1], більшість управлінців не мають цілісного уявлення про діджиталізацію.

Акцентуючи увагу на тому, що це майже миттєва, безкоштовна та бездоганна здатність поєднувати людей, пристрої та фізичні об'єкти, що знаходяться де завгодно, фахівці прогнозують підключення до мережі близько 20 мільярдів пристроїв до 2025 року, нагальність набагато потужнішого аналізу даних, а також поширення автоматизації бізнес-процесів та управлінських рішень.

Для забезпечення ефективності діджиталізації управління підприємством доцільним є дослідження міжнародного досвіду концептуалізації та практики успішного переходу підприємств до цифрового управління результативністю їх економічної діяльності, підвищення ділової активності та економічного зростання в умовах глобалізації. Доречними в цьому контексті є доводи та розробки, представлені Дж. Уестерманом, Е. Маккафі та Д. Бонні у [2].

Ґрунтуючись на результатах опитування менеджерів великих компаній (з річним оборотом до 1 млрд доларів) з 15 країн світу, науковці розробили концептуальні рамки цифрової трансформації управління бізнесом та визначили три напрями діяльності для впро-

Секція 2. Управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової

вадження цифрових технологій, кожен з яких інтегрує три групи задач цифрової трансформації:

- 1) підвищення якості обслуговування клієнтів (Customer experience); розуміння клієнта (Customer understanding); використання електронних гаджетів і програм (Top line growth); створення точок взаємодії з клієнтами (Customer touch points);
- 2) трансформування операційних процесів (Operational process): цифрова автоматизація (Process digitization); віртуалізація робочого простору (Worker enablement); оптимізація управління результативністю (Performance management);
- 3) перетворення бізнес-моделей: цифрове перетворення бізнесу (Digitally modified business); створення нового цифрового бізнесу (New digital business); цифрова глобалізація (Digital globalization).

Реалізація конкретних управлінських дій за визначеними напрямками цифрової трансформації потребує ідентифікації та переосмислення форм, методів, технологій та інструментів діджиталу, інноваційної політики та відповідної корпоративної культури, високий рівень якої є необхідним для надійної комунікації між всіма ланками управління з метою швидкого впровадження змін та формування цифрової екосистеми підприємства. Її створення неможливе без модернізації управлінської інформаційної системи підприємства, його організаційної структури та всіх бізнес-процесів з урахуванням цифрової трансформації оновлених цінностей, пріоритетів та орієнтирів [3]. Пріоритетні вектори цифрових трансформацій наведені в табл. 1.

Модернізацію системи управління підприємством та переведення її у «цифру» слід здійснювати поетапно. Задля цього необхідно:

- здійснити моніторинг нових технологій, оцінити їх вплив на перспективи активізації економічної діяльності та розвитку підприємства і визначити можливості цифрової адаптації до змін;

Вектори діджиталізації управління бізнес-процесами підприємства

Vector	Characteristic of the vector
1	2
Омніканальність клієнтського сервісу	Необхідність використання максимальної кількості каналів інфокомунікації з клієнтами. Система цифрового клієнтського сервісу повинна включати інструменти адаптивності, варіативності, скорингу, аналітики та прогнозування, що дозволить забезпечити оперативність та зручність обслуговування
Інфраструктура, партнерство, колаборація	Поширення партнерських зв'язків, колаборація та інтеграція з іншими компаніями або сервісами відкриває можливості розвитку, інноваційності та масштабування бізнесу незалежно від територіального розташування
Кросс-функціональність цифрових баз даних	Створення клієнтської бази даних дозволяє оперувати інформацією про клієнта з метою моделювання його поведінки, прогнозування попиту, формування персональних пріоритетів та відповідної адаптації власної продукції та сервісів, при цьому із найменшими витратами часу й праці
Інновації та інвестиції	Сучасні методикки проєктного аналізу та управління дозволяють здійснювати активний пошук та апробацію нових напрямків розвитку бізнесу, інноваційних товарів і рішень. Ефективність інноваційного пошуку обумовлює можливість та доцільність реального інвестування
Захист даних (кібербезпека)	Важливим параметром для цифрової комунікації і електронних бізнес-моделей є довіра користувачів. Необхідним є визначення наявних ризиків, впровадження захищених інформаційно-комунікаційних систем, інфраструктури та платформ, надання відповідної консультаційної та технологічної підтримки стейкхолдерам з метою захисту власної комерційної інформації та персоналізованої клієнтської бази
Стандартизація та інтероперабельність	Гармонізація стандартів і технічних регламентів долає проблему сумісності даних та оперативного їх надходження до центрів операційного управління, що дозволяє отримати автономію від інших суб'єктів та захист від змін кон'юнктури ринку

.....

Секція 2. Управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової

Закінчення табл. 1

1	2
Цінність продукту	Діджиталізація є стимулятором цінності продукту з точки зору стейкхолдерів. Цифрові інновації віддають споживачам прерогативу створення та комерціалізації цінності за розміром, масштабом та швидкістю. Можливість комунікації у віддаленому (дистанційному) режимі, цілодобовій сервісній підтримці та замовленні товару чи послуги значно підвищує цінність продукту з боку стейкхолдерів та мінімізує капітальні витрати компанії
Професійні компетенції	Для успішної цифрової модернізації бізнесу дуже важливо якісно мотивувати персонал і підготувати його до впровадження інновацій, оскільки в корені зміниться підхід до ведення діяльності, і компанія перейде від застарілої маркетингової моделі до клієнтоцентричної системи. Як співробітники, так і керівництво повинні бути готові до безперервного розвитку, навчання та підвищення кваліфікації. Цифровізація обумовить створення нових штатних одиниць із відповідними компетенціями, що є запорукою розвитку людського капіталу

- визначити пріоритетні напрями діджиталізації та розробити відповідні заходи щодо її реалізації на кожному з них;
- мінімізувати обмеження (фінансові, правові, технічні, технологічні, кадрові, екологічні, інфраструктурні, безпекові тощо) і ризики формування бізнес-відносин і можливості реагування на бізнес-процеси в режиму реального часу;
- інтегрувати цифрові ініціативи, орієнтовані на перспективу отримання позитивного ефекту, і розробити стратегію діджиталізації;
- оцінити можливий ефект діджиталізації, здійснити корегування обраної стратегії та визначити пріоритети на майбутнє [4].

Найбільш ефективною технологією цифрової трансформації управління є прикладний штучний інтелект, що базується на інструментах великих даних, і дозволяє здійснювати візуалізацію, наскрізне планування, моделювання та корегування менеджменту

бізнес-процесів в режимі реального часу. Крім цього, ця технологія, інтегруючись з аналітичними додатками та сервісами для роботи з інтелектуальними пристроями, гібридними мережами та іншими компонентами цифрового світу, дозволяє оптимізувати інфраструктуру управління бізнес-процесами та надає можливість формувати цифрові платформи для накопичення інформації, її аналітичної обробки та передачі для прийняття рішень.

Література

1. Bloomberg J. Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril. URL: <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalizationand-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/#1e1fe3d02f2c>
2. Westerman G., Bonnet D., McAfee A. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press, 2014. 292 p.
3. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Sustainable Development Of Enterprises With Digitalization Of The Economic Management. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29 (8s). P. 2370–2378. URL: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/14712>



ЕЛЕКТРОННИЙ ДОДАТОК
до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ**

присвячена видатному
вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції

19 листопада 2021 року
м. Харків, Україна