

УДК 005.658

Валентина Стадник, д.е.н., проф.

Сергій Наскальний

Хмельницький національний університет, Україна

IT-СЕКТОР ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ: ТОЧКИ ДОТИКУ – ІННОВАЦІЇ

Valentyna Stadnyk., d.e.n., prof.

Serhij Naskalnyj

Khmelnitskyi National University, Ukraine

IT-SECTOR AND DIGITALIZATION OF OF THE BUSINESS ENVIRONMENT IN UKRAINE: TOUCH POINTS – INNOVATIONS

Рушійною силою інноваційного розвитку економіки є підприємництво – саме підприємці вимушені вдаватися до інновацій, вступаючи на поле конкурентної боротьби із великим бізнесом. За рахунок нових ідей вони досягають кращої економічної результативності бізнесу уже на його старті, що дає змогу сформувати потенціал розвитку. Підприємці є постійними інноваторами – без них неможлива матеріалізація продуктів інтелектуальної діяльності у нові зразки товарів і послуг, неможливе виникнення нових, економічно привабливих галузей людської діяльності, зрештою, їх зусиллями підтримується динамічна рівновага в економічних системах, зростає конкурентоспроможність і економічна міць країни. Для України наразі підприємництво (передусім у його малих організаційних формах) є основою виживання – адже багато великих підприємств, які склали її економічний та експортний потенціал, зруйновано і продовжує руйнуватися від ударів ворожих ракет. І в підтриманні економічної стійкості країни за таких складних умов велике значення має інформаційна визначеність підприємницького середовища, яка досягається засобами цифровізації бізнес-процесів. Адже інноваційний характер підприємництва і його успіх безпосередньо залежать від здатності працювати з інформацією.

Важливість інформаційної складової успіху бізнесу підкреслювалась ще творцями теорії підприємництва, однак не в контексті отримання чіткої структурованої інформації про стан бізнес-середовища. Навпаки, Ф. Хайек закликав до прояву підприємницької пильності у отриманні такої інформації, яка може дати імпульс новому баченню ринкових можливостей. Він розглядав ринок як глобальну інформаційну систему, що містить величезне «неявне, розсіяне знання» про потреби і виробничі можливості людей. Ф. Хайек підкреслював, що «бажання підприємців максимізувати прибуток спонукає їх без усякого примусу відбирати із існуючого масиву знань ті, що дають їм змогу отримати кращий результат» (Ф. Хайек, 2000).

Нині наповнення бізнес-процесів новітніми інформаційними технологіями забезпечує не тільки оперативне реагування менеджменту підприємств на зміни у середовищі їх функціонування, а й відкриває нові перспективи для розвитку, даючи змогу «глобалізувати» малий та середній бізнес через входження у глобальні ланцюги створення доданої вартості. Це добре видно на прикладі ІТ-індустрії, яка в Україні чи не єдина зберегла позитивну динаміку розвитку і під час війни. Для підтвердження цього наведемо у динаміці останніх місяців статистичні дані про експорт продукції і послуг України і місце в ньому послуг ІТ-галузі.

Так, в І півріччі 2022 р. виручка від реалізації на експорт послуг ІТ досягла 3,7 млрд. дол. США; це склало 54% від річного експорту цих послуг у 2021 р. (який дорівнював 6,9 млрд. дол. США) (Opendatabot, 11.08.2022). Такий обсяг виручки забезпечив майже 110 млрд. грн. надходжень у економіку України. При цьому тільки сума сплачених податків ІТ-індустрією в першому півріччі склала 32,6 млрд. грн, що наразі є доволі відчутним внеском у наповнення державного бюджету.

За 8 місяців 2022 р. виручка від реалізації на експорт послуг ІТ склала 4,9 млрд. дол. США, що сягнуло вже 71% від річного експорту цих послуг у 2021 р. Зростання експорту послуг сектору ІТ склало 16% порівняно з аналогічним періодом минулого року. А частка послуг ІТ-сектору в загальному експорті послуг забезпечила майже половину надходжень (48%). В той же час загальний експорт послуг за 8 місяців зменшився на 6% порівняно з відповідним періодом торік – з 11,4 до 10,7 млрд. дол. Ще гіршою була динаміка експорту товарів – його обсяги за 8 місяців зменшилися на 31% – з 38,6 млрд. до 26,6 млрд. дол. Основні втрати відбулися через зменшення більш ніж вдвічі експорту металів. Водночас на 10% порівняно з 2021 р зменшився і виторг від експорту с/г продукції – з 15 млрд. до 13,4 млрд. дол. (Opendatabot, 07.10.2022).

Збереглася негативною динаміка експорту послуг і у вересні – за 9 місяців 2022 року експорт товарів та послуг скоротився на 26% порівняно з відповідним періодом минулого року – до 42,5 млрд. дол. проти 57,6 млрд. у 2021 р. При цьому менш негативно війна вплинула на експорт послуг – його обсяги скоротилися лише на 8% (12 млрд. дол. проти 13 млрд. торік) Та негативні тенденції прискорюються – падіння експорту послуг лише у вересні склало 2% порівняно з серпнем. І значною мірою це відбулося за рахунок зменшення експорту послуг в ІТ-сфері – спад у вересні склав 7% проти серпня. Та попри це, експорт послуг ІТ галузі у вересні зберіг свої панівні позиції – у структурі загального експорту послуг він забезпечив 46% надходжень. Це на 8% більше, ніж торік і складає 5,5 млрд. дол. (79,7% від річного експорту за 2021 р) (Opendatabot, 17.11.2022).

Незважаючи на високу динаміку розвитку, український ІТ-сектор більшу частину своїх продуктів розробляє на замовлення великого бізнесу – і це переважно транснаціональні компанії, які в свої проєкти залучають українських «айтішників» на аутсорсинговій основі. Це дає значно меншу

віддачу, ніж продаж готових продуктів (програмних розробок), що мають набагато вищу споживчу цінність. А більшість українських компаній, згідно проведеного опитування, поки не мають чіткого розуміння того, як перейти в «цифру» на ринку. Серед головних перешкод «цифровізації» називають: відсутність в компанії людей з правильними компетенціями (55%), фінансові витрати, що будуть більшими, ніж ефект впровадження (32%), не готовність до зміни бізнес-моделі (27%), відсутність розуміння як виконати цифрову трансформацію поетапно (23%), відсутність інвестицій (18%) та інші (Digital Transformation Institute, 08.03.2019). І навіть існуючі замовлення великого бізнесу в Україні стосуються здебільшого виготовлення програмних продуктів для роботи зі споживчим ринком (зокрема, маркетингові технології дослідження споживчих переваг, технології таргетування ринку, CRM, прямого маркетингу тощо, переваги і результативність яких розглядалась раніше (J.Holovchuk and V. Stadnyk, 2017). Для малого бізнесу такі інформаційні технології не забезпечують високої результативності через невелику місткість сегментів споживчого ринку. Тому наразі існує значний розрив між широкими можливостями цифрових технологій та їх використанням для розвитку малого й середнього бізнесу.

На жаль, поки що процеси «діджиталізації», які активно розвиваються в межах ініційованих чи підтримуваних державою ІТ-проектів, функціонально стосуються лише взаємодії держави із бізнес-середовищем. Не применшуючи значення цих відносин, які завдяки переходу у «цифровий формат» стають більш транспарентними, все ж важливо розвивати й системи інформаційного забезпечення трансферу нових технологій чи доступу до нових знань для потреб підприємницького середовища. Розробку рекомендацій для реалізації цього функціоналу і визначено предметом наступних досліджень.

Перелік використаної літератури:

1. Готовність до цифрової трансформації: виклики та можливості для українського бізнесу й суспільства. URL: [1https://www.imena.ua/blog/digitaltransformation-readiness/](https://www.imena.ua/blog/digitaltransformation-readiness/) (08.03.2019)
2. Експорт ІТ-послуг зріс на 16% за неповний рік. Url: [Opendatabot.ua/analytics/itexport-august](https://opendatabot.ua/analytics/itexport-august) (07.10.2022)
3. ІТ-експорт у червні впав на 7%. [Opendatabot.ua/analytics/itexport-august](https://opendatabot.ua/analytics/itexport-august) (11.08.2022)
4. Невдалий вересень та скорочення в ІТ: динаміка експорту послуг під час війни URL: [Opendatabot.ua/analytics/itexport-august](https://opendatabot.ua/analytics/itexport-august) (17.11.2022)
5. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. Москва: Изограф, 2000. 256 с.
6. Holovchuk J., Stadnyk V. Marketing resources and technologies for innovative potential of industrial enterprise. *International Journal of Economics and Society*. 2017. V. 2. Is. 9. P. 39–45.