УДК 338.0

Хомик Христина
студентка групи ПП-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Артеменко Людмила
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна

Khrystyna Khomyk
Student of PP-31group
Scientific supervisor: Liudmyla Artemenko
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В РЕАЛІЯХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ
THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE IN THE REALITIES OF THE DIGITAL ECONOMY

Світові тенденції сильно корелюють із плинністю часу в сучасних реаліях ведення бізнесу і саме тому важливо розуміти те, на скільки швидко змінюються правила гри на національних та міжнародних ринках. Рівень конкурентоспроможності компанії та процес підняття її планки стає ключовим завданням підприємства. В останні роки прискорилися темпи розвитку нових технологій, Інтернету, діджиталізації та цифровізації. Збільшення кількості гаджетів, сайтів, соціальних мереж та їх користувачів форсує перехід компаній в Інтернет-середовище, де панують нові фактори та елементи, котрі мають свої закони та правила.

Генеральний директор компанії «Microsoft» Сат'я Наделла вважає, що кожна компанія має «виконувати функцію» IT-компанії, думати і діяти як оцифрована компанія [1]. Отже, цифровізація бізнесу стає невідворотною тенденцією, ігнорування якої слугує ознакою відсталості й невідповідності сучасним вимогам, підвищення конкурентоспроможності кожного економічного суб'єкта повинні реалізовуватися в площині його цифрового виміру.

Особливої актуальності відповідна тематика набуває розвитку на фоні пандемії COVID-19, в умовах війни, коли ресурси компанії ситуативно зміщують фокус прикладання зусиль і спрямують діяльність на проєкти розвитку внутрішньої ефективності. Під час переходу на «цифрові рейки» за рахунок глибокого проникнення технологій підприємства отримують можливість оперативно адаптуватися до мінливих зовнішніх умов, потреб клієнтів, активності конкурентів, економічної політики держави. Програмні рішення дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, охопити клієнтів, які активно користуються смартфонами та планшетами та значно підвищити продуктивність праці. Хмарні технології надають можливість організовувати спільну роботу над проектами у віддаленому режимі.

Використання підприємством цифрової економіки підвищує зростання купівельної можливості, оскільки цифрові платформи створюють інтенсивну цінову конкуренцію. Електронні торгові майданчики дозволяють придбати товар не тільки за вигідною ціною, але й вивчити характеристики товару, що продається по відгукам реальних користувачів, а також можливістю порівняти свій вибір з іншими варіантами, тим самим змушуючи конкуруючих виробників забезпечувати високу якість продуктів та послуг, надавати додаткові послуги та знижувати ціни.

Загалом, конкурентні переваги, що безпосередньо пов'язані з цифровою трансформацією, можна класифікувати таким чином:

1) технологічні забезпечують доступ до інформаційних технологій та ресурсів (Alibaba, Amazon, Microsoft);

2) функціональні – надають доступ до спеціалізованих інструментів та сприяють поліпшенню реалізації певних функцій підприємства – облік, планування, контроль ефективності тощо (SAP, 1C);

3) інфраструктурні – надають доступ до цифрової інфраструктури (Gmail, Ukrnet, карти);

4) корпоративні – оптимізують процеси управління (ProZorro);

5) інформаційні – надають інформаційний доступ до ринку;

6) ринкові – спрощують доступ до певного ринку, забезпечують та полегшують взаємодію сторін, наприклад маркетплейси (AliExpress, Amazon);

7) галузеві – оптимізують взаємодії учасників (Smartcat).

Серед цифрових продуктів та послуг, які здатні сформувати додаткові конкурентні переваги та характеризуються належністю до певної сфери чи галузі виробництва, варто виокремити Digital marketing — інструменти просування за допомогою цифрових каналів: радіо, телебачення, зовнішня реклама; використання комплексних методів on-line стратегії, розробка сайтів та мобільних додатків, digital-стратегія в страхуванні: трансформація всього бізнесу в напрямі роботи з електронним полісом, Інтернет-продажі, додаток «Дія», TeleHealth – для надання дистанційних медичних послуг та підтримки роботи лікарів.

Державні програми цифровізації сприяють отриманню від такого процесу переваг, які торкаються як всього оточення споживача, так і суспільства в цілому. Такі переваги реалізуються в прозорості всіх транзакцій, які проходять через базу даних і тим самим зменшують рівень тіньової економіки, що сприяє розвитку здорових ринкових відносин. Із негативних наслідках від цифрових загроз для діяльності підприємства потрібно виділити: зменшення потоку інвестицій, втрата вигідних контрактів, зниження цін або обсягів реалізації, небезпеку від хакерських атак, що може спровокувати злив даних та інформації про споживачів.

Практика останніх десятиліть показує, що концепції конкурентоспроможності істотно відрізняються в залежності від технологічного укладу, в основі якого лежить рівень розвитку продуктивних сил. В реаліях сьогодення цифрова економіка активно прогресує і в найближчі роки буде найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання у світі. Це зумовлено тим, що її впровадження робить доступними державні та комерційні послуги, забезпечує зниження витрат на просування товарів, скорочує час проведення платежів та відкриває нові джерела доходу. Процеси цифрової трансформації підприємства перетворюються на організації з цифровим мисленням, що стали рушійною силою соціально-економічного розвитку провідних країн світу та основою сталого розвитку в майбутньому.

Підводячи підсумки, можна констатувати, що даний напрям в Україні в умовах глобальних трансформаційних процесів може стати поштовхом до модернізації економіки та подолання загроз та викликів. На думку науковців, визначальними передумовами становлення та поширення цифрової економіки є рівень розвитку людського капіталу та штучного інтелекту.

Перелік використаних джерел:

1. А.Стеценко. Як Сат'я Наделла створив нову Microsoft. URL: https://ain.ua/2017/10/14/kak-satya-nadella-sozdal-novuyu-microsoft