

Хапіна Д. О.
здобувачка вищої освіти
Київський університет інтелектуальної власності та права
м.Київ, Україна
ORCID: 0009-0003-2680-8147;

Дяченко В. С.
канд. екон. наук, доцент кафедри кібербезпеки, ІТ та економіки
Київський університет інтелектуальної власності та права
м.Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-0055-9256

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Діджиталізація бізнесу, як комплексний процес цифрової трансформації та передумова ефективності діяльності розвитку бізнесу, охоплює всі аспекти діяльності компанії та обумовлює декілька вагомих переваг (табл. 1):

Таблиця 1 – Переваги діджиталізації бізнес-процесів

№	Напрямок	Характеристика
1.	Розширення аудиторії	Онлайн-формат дозволяє виходити за межі географічних кордонів і взаємодіяти з клієнтами по всьому світу, що особливо важливо для сервісних компаній, яким не потрібно турбуватись про доставку [1].
2.	Автоматизація процесів	У цифровому середовищі багато бізнес-операцій автоматизуються за допомогою програмного забезпечення, що дозволяє заощаджувати час і ресурси, а також дає можливість фокусуватися на творчих завданнях.
3.	Глибше розуміння потреб клієнтів	Онлайн-системи збирають більше інформації про поведінку покупців, їхні уподобання, демографічні характеристики та місце знаходження, що значно покращує взаємодію з клієнтами порівняно з особистим контактом.
4.	Поліпшення репутації	Сьогодні наявність хоча б простого вебсайту є важливим елементом довіри до компанії. Використання сучасних технологій і оновлених процесів допомагає створити імідж професійної організації та здійснювати маркетинг інновацій [2].
5.	Швидкий старт	Діджиталізація дозволяє розпочати бізнес з мінімальними витратами на ресурси та час. Інструменти, як-от онлайн-конструктори для створення сайтів, дозволяють запускати проекти без знань програмування, а технології дропшипінгу (англ. dropshipping) дозволяють працювати без складів і доставки товарів.

Джерело: сформовано авторами.

Завдяки цифровим технологіям бізнес отримує нові можливості для розвитку, зниження витрат, підвищення ефективності та налагодження механізмів соціального партнерства – співпраці між бізнесом, державою та громадянським суспільством.

Однією з головних переваг діджиталізації є зниження вартості товарів і послуг, що вигідно як для компаній, так і для клієнтів. Перехід в онлайн дозволяє зменшити витрати на оренду офісів, магазинів і філій, що дає можливість зекономити значні суми на комунальних послугах і зарплатах співробітників. Для великих підприємств це може означати економію мільйонів доларів.

Цифрові технології також покращують обслуговування клієнтів. Використовуючи аналітику великих даних, сучасні системи можуть прогнозувати поведінку покупців, пропонуючи їм персоналізовані послуги та товари. Це не тільки збільшує витрати клієнтів, але й сприяє задоволеності від індивідуального підходу.

Швидка діджиталізація також змінює вимоги до бізнесу. Якщо компанія не застосовує новітні технології, вона ризикує втратити довіру клієнтів.

Успішні компанії, які активно використовують цифрові технології та правильно обирають напрямки розвитку, мають значно більше шансів на досягнення успіху, незалежно від сфери діяльності.

Існує велика кількість комерційних додатків, які допомагають бізнесу проходити етап діджиталізації. Однак є кілька основних типів програмного забезпечення, які застосовуються найчастіше, серед таких:

1. CRM-системи (англ. customer relationship management – управління взаєминами з клієнтами). Ці системи зберігають інформацію про кожного клієнта, що звертався до компанії, навіть за наявності мінімальних даних, таких як ім'я та номер телефону. Завдяки цьому можна покращити обслуговування клієнтів, адже фахівці отримують доступ до історії попередніх звернень. Також можна створювати персоналізовані пропозиції, що сприяє збільшенню продажів.

2. PIM-системи (англ. Product information management system – управління інформацією про продукт). Це програмне забезпечення дозволяє централізовано розповсюджувати дані про товари, публікувати їх на вебсайтах і в додатках, передавати інформацію дистриб'юторам та філіям. Воно допомагає організувати дані та зменшити розбіжності, особливо у цінах, що знижує ймовірність виникнення конфліктів з покупцями та підвищує рівень обслуговування.

3. SEO-платформи (англ. Search engine optimization – комплекс дій щодо ендогенної та екзогенної оптимізації, спрямованих на підвищення позицій сайту в пошукових системах). Ці інструменти надають усі необхідні ресурси для розвитку сайту та просування бізнесу в інтернеті. Вони зазвичай працюють у чотирьох основних напрямках: виправлення технічних помилок, підбір ключових слів, моніторинг конкурентів і створення зворотних посилань. Крім того, можуть бути додаткові модулі для контент-менеджменту та управління соціальними мережами. Використання таких платформ сприяє покращенню видимості сайту в пошукових системах, хоча для ефективної роботи з ними часто потрібні спеціальні знання.

4. GPT-системи (англ. (Generative Pre-trained Transformer – генеративні моделі на основі штучного інтелекту). Окрім ChatGPT, існує низка інших подібних додатків, що дозволяють автоматизувати створення текстів, програмування, редагування статей, SEO-оптимізацію та навіть підтримку клієнтів. Такі технології значно спрощують роботу з контентом і підвищують ефективність бізнесу.

5. Big Data (аналітика великих даних) – інструмент для обробки великих обсягів інформації для виявлення закономірностей. Потужні комп'ютери виконують обчислення, виявляючи зв'язки, що дозволяє прогнозувати поведінку користувачів і їхні потреби, коли вони тільки відкривають ваш сайт.

Ці технології значно спрощують процес діджиталізації бізнесу та допомагають підвищити ефективність компаній у різних сферах.

Важливим напрямом є електронна комерція та діджиталізація продажів, що активно розвивається з початку 2000-х років, але справжній бум припав на 2020 рік, коли пандемія COVID-19 збільшила попит на цифрові послуги. Обмеження соціальних контактів стимулювали розвиток нових форм комерції, які існують виключно в онлайн-середовищі. Серед таких:

- замовлення їжі та напоїв з ресторанів через мобільні додатки;
- безконтактна доставка товарів з інтернет-магазинів;
- оренда автомобілів без необхідності відвідувати автосалон тощо.

Незважаючи на скасування багатьох обмежень, звичка користуватися такими послугами збереглася, що вказує на важливість адаптації бізнесу до нових трендів. Деякі з цих змін залишаються актуальними навіть після зникнення їхніх первинних причин.

Діджитал-маркетинг (англ. digital marketing), як цільовий інтерактивний маркетинг товарів та послуг, окрім SEO-платформ та контекстної реклами PPC (англ. Pay per Click) також передбачає:

– Аутрич (англ. Outreach) – один із методів просування сайту, що ґрунтується на налагодженні взаємовигідних зв'язків з лідерами думок: інфлюенсерами (англ. *influencer*), блогерами та медійними особистостями. Такий підхід дозволяє швидко охопити велику аудиторію та збільшити ймовірність покупки завдяки природному впливу їхнього контенту.

– SMM (англ. social media marketing) – маркетинг у соціальних мережах. За умови активного розвитку корпоративних акаунтів, публікації цікавого контенту, клієнтська база зростатиме. Партнерство з популярними публіками та інфлюенсерами зробить ефект ще потужнішим.

– Партизанський маркетинг – приховані методи просування, які залучають увагу до бізнесу. Діджиталізація робить такі методи ще більш ефективними, дозволяючи інтегрувати контент на форумах, в розділах FAQ (англ. Frequently Asked Questions – питання, що часто задають) та інформаційних статтях.

Таким чином, сучасний маркетинг використовує широкий спектр інструментів збільшення аудиторії потенційних клієнтів.

Водночас, незважаючи на численні переваги, впровадження новітніх технологій у бізнес-процеси має й певні труднощі, серед яких:

- упровадження нових технологій обумовлює потребу додаткових фінансових вкладень у обладнання, програмне забезпечення та навчання персоналу;
- інтеграція нових технологій з існуючими бізнес-системами може бути складною та вимагати значних зусиль;
- упровадження нових технологій може обумовлювати потребу перегляду та адаптації існуючих бізнес-процесів, що може бути складним і тривалим [3];
- можуть бути прояви опору персоналу процесам упровадження нових технологій через страх перед невідомим, невпевненість у своїх навичках чи побоювання втратити роботу.

З метою мінімізації гальмуючих чинників та максимізації конкурентних переваг необхідно враховувати ризики у процесі впровадження цифрових технологій.

Список використаних джерел

1. Зеркіна О., Євстаф'єв С. (2024). Діджиталізація підприємництва в Україні: поняття та значення. *Економіка та суспільство*, (63). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-52>. (дата звернення: 11.02.2025).
2. Дяченко Н. (2025). Концептуальні засади інноваційного розвитку: теоретичний аспект. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми*, (3). URL: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.3.02>. (дата звернення: 12.02.2025).
3. Дяченко В. С., Дяченко Н. П. (2024). Врахування ризиків при використанні інформаційних технологій. *Information technology: computer science, software engineering and cyber security*. Вип. 4. С. 75–80. URL: <https://doi.org/10.32782/IT/2024-4-10>. (дата звернення: 12.02.2025).