

ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У ЗНИЖЕННІ ВИТРАТ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

НТУ «Дніпровська політехніка»

Клодчик О.О.

Науковий керівник: доц. Баранець Г.В.

В умовах розвитку інформаційних технологій і науково – технічного прогресу бізнес-середовище зазнає динамічних змін, на підприємствах впроваджуються нові технології автоматизації та цифрової трансформації. Часто ці поняття вживаються як взаємозамінювані, хоча насправді різниця є суттєвою. Автоматизація робить процес менш залежним від людського фактору. Але суті процесів вона змінює. Вже усталений робочий процес описується, алгоритмізується і потім переноситься у цифровий формат. Він може реалізовуватися шляхом написання програмних комплексів (софту) або роботизованих систем. У цьому частина функцій, виконуваних людиною, передається на виконання системі.

Діджиталізація – це повне переосмислення моделі бізнесу, трансформація всіх процесів та перехід до використання нових інструментів. Ключовими аспектами діджиталізації є такі [1]:

1. Зовнішня комунікація. Передбачає необхідність переосмислення моделі вибудовування відносин з клієнтами та партнерами. Потрібно готувати продукт під конкретного клієнта, його потреби та ситуацію споживання. А для цього потрібні відповідні комунікації.

2. Бізнес-модель. Побудова сучасних бізнес-моделей виходить з принципу налаштованості як під клієнта, так і під обставини та ситуації. Бізнес-модель стає шеринговою, а не товарною, і може мати на увазі омніканальність, а не нав'язування ринку свого каналу.

3. Робота з даними в форматі переосмислення. Раніше робота з даними вибудовувалася в такий спосіб: накопичувався пласт даних за минулі періоди, потім аналізувався, будувалися звіти і на їх підставі приймалися окремі рішення. По суті робилася екстраполяція: на основі даних минулих періодів будувались прогнози майбутніх змін. Тепер має місце інша робота з даними. Це вже не просто Big Data, сьогодні використання штучного інтелекту дозволяє приймати рішення у ситуації з неповною та несиметричною інформацією.

4. Внутрішні комунікації та взаємини. У разі цифрової трансформації необхідно інакше вибудовувати роботу з людьми. З'являється формат віддаленої роботи, аутсорсинг та фріланс.

Процеси цифровізації виступають рушійними чинником, який спонукає до змін в корпоративному світі, наприклад, впровадження нових технологій, Інтернет речей, хмарні технології чи 3D-друк, поширення електронного бізнесу, насамперед електронної торгівлі та електронної комерції, розвиток підприємств сфери електронної промисловості.

За оцінками експертів, понад 60% найбільших компаній світу вже працюють над стратегією цифрової трансформації. За даними індексу оцифрування промисловості Глобального інституту McKinsey [2] в даний час Європа використовує 12% свого цифрового потенціалу, США - 18%, Німеччина - 10%, тоді як Великобританія майже зрівнялась з США - 17%. Це чітко показує, що компанії, навіть у промислово розвинених країнах, не можуть повною мірою використати весь свій потенціал для оцифрування за високої вартості. Розглянутий показник для України становить менше 1%.

Діджиталізація реформує процес виробництва товарів, підходи покупців до їх вибору та способу купівлі. Купівля все частіше відбувається в напрямі використання споживачами можливостей мережі Інтернет, і як наслідок скорочення особистих контактів із продавцем. В сучасних умовах клієнти живуть в режимі «тут і зараз», тому переваги отримує підприємство в режимі online, тобто те, що надає клієнту якісний продукт в найкоротший строк. Із розвитком цифрової економіки відбувається знищення довгих ланцюгів посередників; пришвидшується укладання угод; створюються альтернативні комерційні майданчики; виникає можливість створення ефекту масштабу і, тим самим, зменшення витрат.

Як зазначається в праці [3, с. 64], цифровізація процесів управління підприємствами дозволяє знизити витрати на підприємстві і підвищити ефективність управління ним.

На думку Касатонової І.А., Онісіфорова В.Ю. [4, с. 55], діджиталізація знижує витрати на оформлення і обробку замовлень у декілька разів. Так, покупець напряму спілкується з електронним магазином і його віртуальними продавцями, отримує консультації і оплачує товар. Слідкування за потраплянням коштів на рахунок підприємства, ініціація доставки і відображення покупки у обліковій системі підприємства виконуються автоматично. Менеджери в цьому разі виконують тільки загальні контрольні функції. Основними факторами впливу на зниження витрат є такі:

1. Зниження витрат на оренду приміщень. Працівники мають можливість працювати дистанційно, це не потребує будови чи оренди приміщення. Асортимент товару представлений на сайті.

2. Зниження кількості робочих місць. При веденні електронного бізнесу, можлива економія на створення регіональних офісів; залучення працівників із нижчим рівнем оплати праці, які проживають у менш розвинених частинах будь – якої країни.

3. Зниження витрат на рекламу. При цьому собівартість обслуговування реклами нижча.

4. Зниження витрат на зовнішні комунікації. Автоматизований збір та обробка замовлень, доступ до інформації про стан замовлення, час на його виконання знижують навантаження на офіс-менеджерів. Електронна пошта дає змогу зекономити на міжнародних дзвінках та поїздках.

5. Зниження витрат на внутрішні комунікації. Економія робочого часу на пошук та збір необхідної інформації та відповідно зниження витрат на оплату праці за рахунок зменшення числа нарад, відряджень, переговорів і т.ін.

6. Зниження витрат на закупівлю товарів і послуг. Використання електронного бізнесу дає можливість проведення закупівель у автоматичному режимі з впровадженням нових систем автоматизації планування ресурсів підприємства.

7. Зниження витрат на отримання маркетингової інформації. Для використання таких методів маркетингових досліджень як анкетування, опитування, експеримент, немає необхідності особисто зустрічатися з респондентами, тому процес стає дешевшим.

Для успіху цифрової трансформації потрібно готувати співробітників до змін робочих процесів, привчати їх до гнучких умов прийняття рішень, навчати новим технологіям, щоб вони не тільки могли ефективно працювати в нових умовах, але й ставали драйверами подальших змін. Така готовність передбачає вміння мислити творчо, знання і здатність приймати ефективні рішення.

Відмовитись потрібно не лише від застарілих технологій, які реально споживають ресурси та заморожують бізнес у статичному пов'язаному стані. Потрібно також відмовитися від старих стереотипів, звичних схем дій, треба розпрощатися з розподілом ідей, дій та досягнень на свої та чужі. Технологія конкурування вже не допомагає вижити, і треба діяти за принципом об'єднання зусиль.

Переваги від діджиталізації для суспільства є явними та очевидними, оскільки користувачами цифрових продуктів та послуг виступає саме населення, яке має змогу отримувати швидкісний доступ до Інтернету, інформації і бази знань, роблячи наше життя більш комфортним та зручним, тобто таким, що відповідає реаліям сьогодення.

Очевидним є факт, що особливості, розвиток та прояв цифрової економіки у сучасному світі змінює умови функціонування підприємств. Завдяки цифровізації компанія може підвищити ефективність за рахунок зниження витрат, збільшення рівня зацікавленості працівників, зменшення кількості помилок в аналітиці та плануванні, пришвидшення обробки та формування звітів, а також зміцнити конкурентні позиції на ринку завдяки впровадженню гнучких управлінських і комерційних процесів, покращенню та пришвидшенню обслуговування споживачів.

Перелік посилань

1. Длигач А. Цифровая трансформация как лифт в будущее. URL : <https://tqm.com.ua/likbez/article/cifrovaya-transformaciya-didigitalisaciya-biznesa>.

2. Digital Europe: Realizing the continent's potential. *McKinsey Global Institute*. URL : <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-europe-realizing-the-continent-potential>.

3. Руденко М.В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. №11. С. 61 – 65.

4. Касатонова І.А., Онісіфорова В.Ю. Електронний бізнес: фактори зниження витрат та економічна безпека. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2013. №1 (4). с. 53–57.