

Економіка і управління підприємствами

УДК 330.342.22:338.24

Соболева Ганна Григорівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Соболева Анна Григорьевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятий, бизнес-администрирования и регионального развития Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова

Sobolieva Anna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Enterprise Economics, Business Administration and Regional Development O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Бездітко Олена Сергіївна

студентка Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Бездетко Елена Сергеевна

студентка Харьковского национального университета городского хозяйства имени О. А. Бекетова

Bezdetko Elena

Student of the O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Пашенко Альбіна Олександрівна

студентка

Харківського національного університету міського господарства

імені О. М. Бекетова

Пашенко Альбина Александровна

студентка

Харьковского национального университета городского хозяйства

имени О. А. Бекетова

Pashchenko Albina

Student of the

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО І ЗОВНІШНЬОГО
СЕРЕДОВИЩА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ
ТРАНСФОРМАЦИЯ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ БИЗНЕСА
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ
TRANSFORMATION OF INTERNAL AND EXTERNAL BUSINESS
ENVIRONMENT IN DIGITAL ECONOMY**

***Анотація.** В статті йде мова про проблеми пристосування інструментів стратегічного управління компанією до швидких і постійних змін які відбуваються в зовнішньому середовищі, що викликані бурхливим прогресом в галузі цифрової економіки. Описані ключові напрями зміни цифрового середовища бізнесу на мікро- та макрорівні, особливості покращення ефективності застосування внутрішніх ресурсів підприємства та конкурентної боротьби, що базується на динамічному користуванні інформаційно-комунікаційними технологіями, особливості інноваційної діяльності в умовах цифрової економіки.*

***Ключові слова:** цифрова економіка, внутрішнє і зовнішнє середовище бізнесу, внутрішні ресурси підприємства, інформаційні технології,*

економічні відносини, мережеві технології, технологічні зміни, бізнес-процеси, гіперконкуренція, конкурентна стратегія, стратегічне управління, інноваційна діяльність, інформаційний ринок, відкриті інновації.

Аннотація. В статті йде мова про проблеми адаптації інструментів стратегічного управління компанією до швидких і постійних змін, які відбуваються в зовнішньому середовищі, викликані бурним прогресом в області цифрової економіки. Описані ключові напрями змін цифрової середовища бізнесу на мікро- і макроуровні, особливості підвищення ефективності використання внутрішніх ресурсів підприємства і конкурентної боротьби, засновані на динамічному використанні інформаційно-комунікаційними технологіями, особливості інноваційної діяльності в умовах цифрової економіки.

Ключевые слова: цифровая экономика, внутренняя и внешняя среда бизнеса, внутренние ресурсы предприятия, информационные технологии, экономические отношения, сетевые технологии, технологические изменения, бизнес-процессы, гиперконкуренция, конкурентная стратегия, стратегическое управление, инновационная деятельность, информационный рынок, открытые инновации.

Summary. The article deals with the problems of adapting the tools of strategic management of the company to the rapid and permanent changes that occur in the external environment, caused by the rapid progress in the digital economy. The key directions of changing the digital environment at the micro and macro levels, especially the improvement of the efficiency of internal enterprise resources and competitive struggle, based on the dynamic use of information and communication technologies, features of innovation in the digital economy are described.

Key words: *digital economy, internal and external business environment, internal resources of the enterprise, information technologies, economic relations, network technologies, technological changes, business processes, hypercompetition, competitive strategy, strategic management, innovation activities, information market, open innovations.*

Постанова проблеми. Зміна ролі інформації в системі економічних відносин, перетворення її в один з ключових чинників виробництва товарів і послуг, які спостерігаються на тлі динамічного технологічного розвитку суспільства, зумовило появу відокремленої області наукових знань, що вивчає особливості інформаційного забезпечення процесів, що протікають в економіці на макро- і мікрорівні.

Останнім часом в наукових джерелах з'явилося безліч термінів, що відображають сутність цього явища. У тому чи іншому контексті можна зустріти вживання понять: «новий глобальний технологічний уклад», «API економіка», «цифрова економіка», «креативна економіка», «економіка додатків», «постіндустріальна економіка», «постіндустріальне суспільство», «інформаційне суспільство», «інформаційна економіка», «мережева економіка», «мережеве суспільство», і т.п [1]. Така різноманітність формулювань можна пояснити тим, що в умовах постійних змін в сфері інформаційних технологій наукове і практичне співтовариство ще не встигло сформувати загальноприйнятий термінологічний апарат.

У цій статті буде вживатися термін «цифрова економіка», яка, з точки зору автора, являє собою сучасний тип економіки, що характеризується переважною роллю інформації і знань як визначальних ресурсів в сфері виробництва матеріальних продуктів і послуг, а також активним використанням цифрових технологій зберігання, обробки і передачі інформації. Предметом цифрової економіки в найзагальнішому вигляді є економічні відносини, що складаються в процесі виробництва, обміну,

розподілу і споживання науково-технічної інформації за допомогою цифрових інформаційних технологій, і економічні закони, яким підпорядковується розвиток цих процесів.

Актуальність статті зумовлена серйозними технологічними змінами, що вносять нові характеристики як в глобальну економічну систему, так і в економіку окремих ринків і підприємств. Господарюючі суб'єкти змушені працювати в умовах оновленого постіндустріального суспільства, невід'ємною складовою якого є цифрова економіка. Виживання і розвиток в нових умовах господарювання передбачає постійну адаптацію бізнесу до динамічно мінливої середовищі на стратегічному та тактичному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тему галузі цифрової економіки досліджували різні вчені, серед них такі вітчизняні вчені-економісти як В. Гройсман, В. Гейць, А. Гриценко, Ю. Зайцева, С. Кубіва, О. Москаленко, Т. Єфименко, та закордонні В. Айзексон, С. Бранд, Дж. Вейлз, Е. Вільямс, Б. Гейтс, Б. Елбрехт, Д. Енгельбарт, Дж. Лікл, С. Хантінгтон.

Метою статті є спроба визначити характер впливу цифрових інформаційних технологій на зовнішню і внутрішню середу бізнесу і запропонувати шляхи ефективного реагування компанії на виклики цифрової економіки.

Основний матеріал. Цифрова економіка вплинула практично на всі сектори народного господарства та суспільного життя: виробництво, торгівля, транспортні та фінансові послуги, освіта, охорона здоров'я, ЗМІ та т.д. Цей вплив простягається далеко за межі інформаційних технологій. Технології розширюють можливості людей і організацій в різних напрямках, надають можливість створення і поширення ідей, розробки і комерціалізації інновацій. Активна фаза цифрової трансформації моделі управління бізнесом спостерігається з 1980-х рр. Інструментів, за допомогою яких концепція цифрової економіки може бути реалізована на практиці, існує досить багато, при цьому більшість з них передбачає

всебічну інтеграцію цифрових інформаційних технологій і реальних економічних процесів на рівні держав, ринків і компаній.

Паралельно з розвитком інформаційної цифрової економіки йде процес розвитку інформаційного ринку [2]. Інформаційний ринок можна охарактеризувати як сукупність економічних, соціальних і правових відносин, що складаються в процесі купівлі-продажу і обміну інформаційних продуктів і послуг між виробниками, посередниками і споживачами.

З ростом інформатизації та цифровізації суспільства, інформаційна індустрія починає домінувати в економіці, виробництво стає все більш інноваційним і наукомістким. Кількість зайнятих в області інформаційно-комунікаційних технологій зростає швидкими темпами. Ключовим фактором, що стимулює інформатизацію суспільства в останні десятиліття, є підвищення доступності апаратного і програмного забезпечення, масовий виведення з експлуатації морально застарілих ЕОМ, розвиток мережевих технологій. Значний вплив на динамічний розвиток інформаційного ринку надав бурхливе зростання бізнесу з розробки і комерціалізації програмних продуктів.

Ключовим фактором, що активізує масову інформатизацію суспільства, стає доступність програмного забезпечення, оновлення апаратного обладнання, розвиток мережевих технологій, зростання трансакційного сектора. Паралельно з поширенням ідей цифрової економіки здійснюється процес формування інформаційного ринку, який характеризується як пул соціальних, правових і економічних відносин, що складаються в сфері купівлі-продажу і обміну інформаційними продуктами між споживачами, виробниками, посередниками. Даний підхід посилює домінування інформаційної індустрії в економіці ряду країн, сфера виробництва і послуг стає все більш наукоємної та інноваційної [3]. Обсяг зайнятих людей в області інформаційно-комунікаційних технологій

збільшується з кожним роком [4]. За даними The Boston Consulting Group (BCG), частка цифрової економіки в ВВП розвинених країн зросла з 2010 року на 1,2 п. п. і становить 5,5% (табл. 1).

У країнах, що розвиваються цей показник збільшився з 3,6%, до 4,9% ВВП. Великобританія є світовим лідером за часткою цифрової економіки в ВВП. Сектор, що включає в себе ІТ і телекомунікації, онлайн-торгівлю, витрати уряду, пов'язані з інтернетом, займає друге місце в економіці країни слідом за нерухомістю і обганяє виробництво і торгівлю. У Російській Федерації частка цифрової економіки в ВВП становить 2,8%, або \$ 75млрд. Більша частина, \$ 63млрд, доводиться на сферу споживання (інтернет-торгівля, послуги, пошук онлайн) [5]. На нашу думку, посилення диверсифікованості сегментів вітчизняної цифрової економіки, дозволить створити якісний канал унікальних даних для побудови ефективної роботи з новим інформаційним простором за допомогою розробленої системи управління бізнес-процесами [6].

Таблиця 1

Динаміка проникнення цифрової економіки в країнах G20, в % від ВВП

Країна	2010 м	2017 м
Великобританія	8,3	12,4
Південна Корея	7,3	8
Китай	5,5	6,9
Євросоюз	3,8	5,7
Індія	4,1	5,6
Японія	4,7	5,6
США	4,7	5,4
Мексика	2,5	4,2
Саудівська Аравія	2,2	3,8
Австралія	3,3	3,7
Канада	3	3,6
Аргентина	2	3,3
Україна	1,9	2,8
ПАР	1,9	2,5
Бразилія	2,2	2,4

Становлення цифрової економіки призвело до трансформація тільки в виробничих системах і джерелах формування національного доходу, але і до кардинальних змін на різних ринках. Так відбувся перехід до нового виду конкуренції, який отримав назву «гіперконкуренція».

Гіперконкуренція – конкурентне середовище, для якої характерні імпульсивні, стрімкі і жорсткі дії конкуруючих господарюючих суб'єктів [7].

У такому середовищі отримання переваги над суперниками досягається шляхом зламу принципів і звичаїв функціонування ринку, загальноприйнятих правил. На ринку в умовах гіперконкуренції недоцільно покладатися в довгостроковій перспективі ні на наявні переваги, ні на будь-які інші чинники, що асоціюються зі стабільністю. оптимальний шлях досягнення успіху в такому середовищі - постійне створення нових переваг. Стійка конкурентна перевага в таких умовах – це динаміка, здатність змінюватися.

Раніше суперництво було зосереджено на розподілі ринкових часток. В умовах гіперконкуренції застосовується зовсім інший принцип: «Переможець отримує все». Фокус зміщується на досягнення лідерства, яка сама є інструментом боротьби, спрямованим на отримання переваг над конкурентами через заміну поточних «правил гри» на нові.

Новий тип конкуренції обумовлює ряд змін якісного характеру. Перш за все, змінюється об'єкт докладання конкурентних зусиль. Досягнення лояльності покупця відноситься до стандартних базових вимог, а основна увага приділяється конкурентам, в першу чергу їх слабких сторін. В умовах гіперконкуренції стратегії фокусуються на протидії переваг конкурентів. Також слід зазначити, що змінюється методи реалізації конкурентної стратегії. Практикується не цілеспрямований рух до отримання стратегічних переваг, а формування короткострокових, часто незначних, але постійних тактичних переваг.

Для цифрової економіки характерна локалізація різних областей спеціалізованої ІТ-діяльності. Ці області представлені професійними співтовариствами кваліфікованих фахівців з цифрових технологій, які застосовують специфічні інструменти розробки та комунікації.

На інформаційному ринку практикуються особливі методи конкуренції ІТ-структур, що виконують вузькопрофільну функцію – розробка інноваційних технологій для генерування, зберігання, обробки і передачі інформації. У цифрову економіку саме ця функція спрямована на оптимізацію ділових процесів організацій. Робота фахівців в області апаратного та програмного забезпечення серйозно впливає на вигляд безлічі галузей, так як вона забезпечує розробку і впровадження передових методів в процес інформаційного забезпечення руху матеріальних і грошових потоків, забезпечує динамічну ефективність.

На мікроекономічному рівні інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) забезпечують підприємствам можливість реалізовувати нові алгоритми господарської діяльності, проводити бізнес інжиніринг, оптимізацію бізнес-процесів. Інформація із зовнішнього оточення обробляється і включається в процеси підприємств, підвищують ефективність управління корпоративними знаннями, якість матеріально-технічного постачання, конкурентоспроможність продукції.

На макроекономічному рівні вплив ІКТ обумовлює доцільність вибору нових напрямків розвитку економік державі регіонів, які враховують тенденції зміни глобальної економіки, в тому числі з використанням додаткових ресурсів зовні. В результаті розвиток багатьох галузевих ринків проходить через еволюційну трансформацію, що супроводжується зниженням транзакційних витрат, оптимізацією структури витрат і методів управління ними.

В даний час внаслідок різноманіття інформаційних технологій і все більшого їх проникнення в різні галузі, цифрову економіку вже не можна

вважати відокремленою частиною економіки держави або глобальної економіки. До основних напрямів впливу цифрової економіки на різні галузі можна віднести:

- підвищення мобільності. Так, отримують більшого поширення нематеріальні продукти, яким властива велика мобільність, ніж у матеріальних. У споживачів з'являється можливість робити замовлення з будь-якої точки світу і позбавлятися від прихильності до місцевих постачальників;

- зростання значущості інформації як самостійної цінності;

- можливість збору, зберігання і обробки значних обсягів інформації, які знаходять застосування, в тому числі, для розробки управлінських рішень і бізнес-комунікацій;

- поширення мережевих ефектів, що змінюють ланцюг створення вартості і дають можливість впроваджувати нові моделі ведення бізнесу.

Цифрова економіка дозволяє подолати ряд обмежень, які були властиві традиційній економіці. Матеріальні продукти не можуть використовуватися одночасно кількома людьми, для цифрових продуктів такого обмеження не існує: вони можуть копіюватися з мінімальними витратами і використовуватися необмеженим колом осіб. Матеріальні продукти схильні до зносу в процесі експлуатації. Нематеріальні (цифрові) товари не втрачають споживчих властивостей, більш того, ці властивості часто поліпшуються при спільному використанні і обміні.

У традиційній економіці головну роль у відносинах між виробником і покупцем грав виробник. Як правило, виробник генерував ідею продукту, йому належала ініціатива в створення нових споживчих вартостей. Роль покупця полягала у виборі з переліку благ, вже вироблених і пропонуєваних виробником. В умовах цифрової економіки система відносин між споживачем і виробником зазнала кардинальних змін.

Внаслідок швидкого розвитку ІКТ, зокрема, інтернет-технологій, у сучасного покупця з'явилася можливість стати учасником процесу створення нової споживчої цінності, генерувати ідеї нових продуктів і послуг.

Рух у бік більш тісної взаємодії зі споживачем можна охарактеризувати як логічний крок або реакцію виробничих підприємств на зміни в бізнес-середовищі, підвищення рівня турбулентності ринків і зростання рівня ризиків. Трансформацію поведінки виробника в цифрову економіку досліджує відомий американський економіст Е. Тоффлер. Він звертає увагу на те, що виробничі компанії все частіше стали співпрацювати зі споживачем (створення дизайну продукту, виробництво продукту за індивідуальним замовленням, розробка функціоналу нового товару і т. д.) [8].

Зростання впливу споживача на процес розробки і виробництва товарів, що стався в останні десятиліття, зумовив введення в науковий термінологічний апарат нового поняття: «співвиробник» [9].

Стала популярною останнім часом концепція «відкритих інновацій», розроблена Г. Чезборо, також зв'язується зі змінами, викликаними цифровою економікою. Відкриті інновації можна спостерігати в процесі активного залучення бізнесом споживачів до участі в процесі створення нововведень, коли компанії використовують не тільки внутрішні ідеї (ідеї працівників), а й зовнішні (ідеї споживачів). «Поняття відкритих інновацій означає, що цінні ідеї можуть надходити як з самої компанії, так і з поза і навпаки - можуть надаватися на ринку в результаті, як дій самої компанії, так і інших структур» [10].

Впровадження концепції «відкритих інновацій» на практиці означає, що ідеї споживачів використовуються не тільки під час розробки нового товару, але і протягом всього життєвого циклу продукту. Концепція передбачає, що при експлуатації продукту саме споживачем можуть бути

запропоновані важливі напрямки модифікації або зміни будь-яких характеристик.

Висновок. Розвиток цифрової економіки значно впливає на внутрішню і зовнішню середу сучасного бізнесу. Відбуваються кардинальні зміни в сфері інформаційно-комунікаційних технологій, які відображаються на різних напрямках діяльності компаній.

Положення підприємства на ринку в умовах цифрової економіки стає все більш складним, високі ризики і рівень невизначеності при прийнятті стратегічних рішень. Така ситуація пов'язана з нестійкою кон'юнктурою через динамічних змін на технологічному рівні, зростанням інтенсивності конкуренції, посиленням присутності держави в економіці.

Технологічні зміни, властиві цифрову економіку, створюють нові ринкові правила гри, що стосується як виробників, так і покупців. У цифровій економічному середовищі компаніям необхідно безперервно шукати нові конкурентні стратегії і підвищувати ефективність конкурентної боротьби. Щоб виживати і розвиватися в нових умовах, компаніям слід динамічно нарощувати свою компетентність в області цифрових інформаційних технологій. Базові напрямки підвищення компетентності як на індивідуальному, так і на організаційному рівні зав'язані на нові джерела отримання інформації про зовнішнє оточення, нові канали передачі інформації і нові критерії оцінки ефективності діяльності.

Література

1. Добринін А.П., Черних К.Ю., Купріяновський В.П., Купріяновський П.В., Сінягов С.А. Цифрова економіка - різні шляхи до ефективного застосування технологій (BIM, PLM, CAD, IOT, Smart City, BIG DATA і інші) / ArcReview №2 (73) | 2015.
2. Колодний Г. В. Особливості функціонування фірми в інформаційну економіку [Електронний ресурс]. – Режим

доступу:<https://www.econ.msu.ru/ext/lib/Category/x48/x91/18577/file/Razdel%206.pdf>

3. Цветков В.А. Реалізація стратегій нової індустріалізації економіки / В.А. Цветков, І.М. Степнов, Ю.А. Ковальчук // Вісник Фінансового університету. - 2016. - Т. 20. - №6 (96). - С. 19-30.
4. Кунцман А.А. Трансформація внутрішнього і зовнішнього середовища бізнесу в умовах цифрової економіки [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=4131
(дата звернення: 14.12.2016).
5. Петросян А. Що потрібно знати про цифрову економіку і її перспективах [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<http://www.kommersant.ru/doc/3063024> (дата звернення: 14.12.2016).
6. Алексєєв І.В. Інформаційне забезпечення системи управління франчайзинговими підприємствами / І.В. Алексєєв, Е.В. Рібокене // Економічні та гуманітарні науки. - 2015. - №1 (276). - С. 105-110.
7. Соловйова Ю. М. Напрямки розвитку маркетингової компетентності в умовах цифрової економіки / Маркетинг Менеджмент в цифровій економіці, 2015 року. - №2.
8. Тарануха Ю.В. Особливості конкуренції в інформаційній економіці [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.econ.msu.ru/ext/lib/Category/x48/x91/18577/file/Razdel%206.pdf>
9. Тоффлер Е. Метаморфози влади: знання, багатство і сила на порозі ХХІ століття. - М.: Видавництво «АСТ», 2008. - С. 195.
10. Чезборо Г. Відкриті інновації. - М.: Покоління, 2007. - С. 97.