

6. Farina D., Vujaklija I., Sartori M., et al. Man/machine interface based on the discharge timings of spinal motor neurons after targeted muscle reinnervation. Nat Biomed Eng, 2017.

7. Гербе А-К., Сааков В. Штучний інтелект у медицині: комп'ютер знає, що з вами не так. DW АКАДЕМІЕ, 2017.

Познякова О.І., Мацьків Л.Б.

Національний університет «Львівська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин, ефективна господарська діяльність підприємства набирає великого значення. Адже саме ефективна діяльність стає вирішальною передумовою подальшого функціонування підприємств. А сама динаміка, сутність та масштаби економічної діяльності сьогодні визначаються розвитком інформаційних технологій та глобальними тенденціями світового розвитку. А вже розвиток інформаційних технологій і засобів комунікації створив потужний імпульс для діджиталізації економічних відносин, яка виступає каталізатором та невід'ємною частиною інноваційного розвитку та призвела до появи нових можливостей для покращення бізнес-процесів підприємств. Проте нарощення само по собі технологічних потужностей і масивів інформації не дає позитивного ефекту без налагодження опрацювання баз даних, групування інформації та відсіювання зайвої. Тому для суб'єктів господарювання, зокрема і підприємств важливо приділяти увагу вибудовуванню ефективних процесів використання всіх технологічних можливостей.

Останні роки діджиталізація, тобто цифрова трансформація, прийшла на зміну старим засобам електронної комунікації, таким як: факс, телеграф чи навіть телефон. Так нові цифрові технології дозволяють створювати і розповсюджувати величезні обсяги інформації практично необмеженому колу осіб швидко та якісно, а головне для підприємства без будь-яких суттєвих витрат. Електронна форма комунікацій піднімає рівень і ефективність спілкування між покупцями та продавцями і створює нові ринки й можливості для реорганізації економічних процесів. Як показав практичний досвід використання систем електронної комерції, економія від використання схем В2В може досягати 15 % в процесі закупівель і 22 % – у процесі збуту за рахунок оптимізації логістики, консолідації закупівель, зменшення посередницької маржі й досягнення оптимальної ціни[1]. Тому, на найближчі декілька років головною метою підприємств України є пошук найперспективніших напрямків реорганізації бізнес-процесів. А також можливості пристосування підприємств до реалій електронної форми комунікацій, що в свою чергу надасть як підприємствам, так і їхнім партнерам ряд переваг, які подані в табл. 1.1.

Таблиця 1

Переваги використання електронної форми комунікацій

Для підприємств, як продавців	Для покупців
Збільшення ринків присутності; Зростання обсягів продажів; Підвищення швидкості обороту оборотних коштів; Зниження витрат.	Зручність; Надійність; Практичність; Економія часу при здійсненні покупок.

Таблицю сформовано на основі [1].

Тому активне впровадження різних видів цифрових технологій в економічну діяльність стало фактором підвищення її ефективності, в тому числі на основі нових підходів до побудови бізнес-процесів та інформаційного обміну, розроблених за допомогою технологій

електронних комунікацій. Оскільки з таблиці 1 видно, що переваги електронних комунікацій в сукупності підвищують конкурентоспроможність і стійкість бізнесу в динамічному середовищі сучасного бізнесу.

Також варто зазначити, що погоджуючись з зарубіжними дослідниками, можна виділити певну логічну послідовність впровадження цифрових технологій у бізнес-моделі та бізнес-процеси підприємств, яка подана на рис. 1.

З рис. 1 видно, що процес діджиталізації починається з перенесення даних у електронні носії, що в свою чергу підвищує швидкість руху інформації чи виконання процесів і відповідно економить ресурси. Наступний етап діджитал-трансформації передбачає вже саме впровадження цифрових технологій в різні процеси функціонування підприємства. Загалом діджиталізація впроваджується в такі процеси підприємства як: банкінг, фінансовий і управлінський облік та менеджмент, білінгові системи, маркетинг, підбір персоналу, продажі тощо. Останній етап, вже є діджитал-трансформація, на якому підприємство з усіма підсистемами, функціями і процесами інтегрувалося в діджитал-середовище.

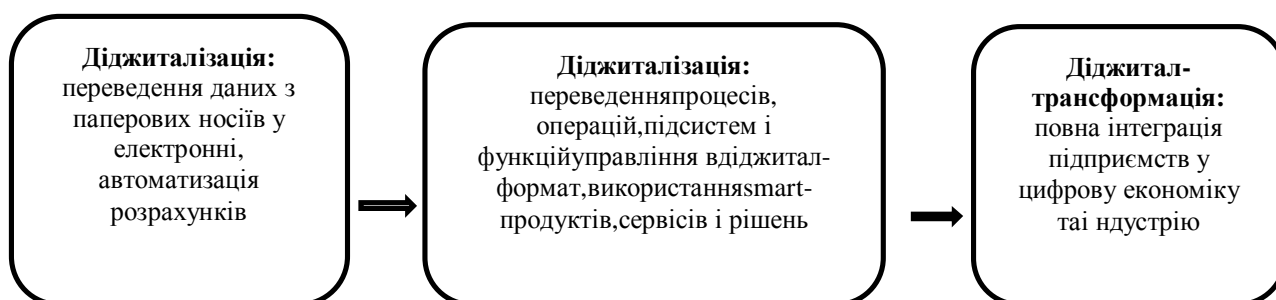


Рис. 1. Послідовність етапів діджитал-трансформації бізнесу

Рисунок сформовано на основі [2].

На процеси даної трансформації впливають також такі фактори, як: концепція, навчання персоналу та відмова від застарілих технологій. Концепція є досить важливою, оскільки на старті є надважливим визначити напрямки розвитку, а також необхідно розробити стратегію та план дії. Також необхідно визначити цілі, ресурси і пріоритетні ділянки модернізації. А саме у процесі розробки концепції будуть розглядатися всі бізнес-процеси, визначатися пріоритети і усуватися перешкоди на шляху до успішної реалізації. Для успіху цифрової трансформації потрібно готувати співробітників до зміни робочих процесів, а також навчати новим технологіям, щоб вони не тільки могли ефективно працювати в нових умовах, але і ставали драйверами подальших змін. Така готовність має на увазі вміння творчо мислити, а також приймати ефективні рішення. Проте за дослідженнями соціологів в Україні лише 4% людей готові переходити в нову еру і експериментувати, а 88% – воліють комфорт, безпеку, стабільність і перевірені рішення. Тому тут виникатиме проблема, оскільки більша частина співробітників чинитиме опір змінам, саботувати і намагатися продемонструвати провальність рішень і нововведень. Також необхідно відмовитися не тільки від застарілих технологій, а також від старих стереотипів, звичних схем дій, потрібно розпрощатися з поділом ідей, дій і досягнень на свої і чужі. Технологія конкурування вже не допомагає вижити, і діяти потрібно за принципом об'єднання зусиль [3].

Діджитал-трансформація підприємств сьогодні неможлива без таких же трансформацій на рівні держави, які повинні відбуватися паралельно, що сприятиме спрощенню ведення бізнесу, економії витрат та стрімкому зростанню ефективності процесів. Так за результатами дослідження McKinsey та PwC економія витрат становить у середньому до 30 %, а середній рівень зростання доходів – більше 10 % [4]. Одним з прикладів такої діджиталізації є здійснення публічних закупівель саме через електронні майданчики, зокрема через систему публічних закупівель PROZORRO.

Отже, діджиталізація для бізнесу, а саме для підприємств є еволюційним та органічним процесом, який вже сформував нові умови гри на ринку. Тому сьогодні генеруються прогресивні форми модернізації бізнес-процесів, під впливом яких змінюється не лише структура суб'єктів ринку, а і технологія управління ними. А сам розвиток цифрових бізнес-процесів на підприємствах сприяє: підготовці кваліфікованих кадрів, які спеціалізуються на електронних комунікаціях; розвитку нових сервісів для зручних онлайн замовлень; розвитку і вдосконаленні систем електронних платежів; оптимізації бізнес-процесів у сфері логістики та збуту.

1. Лазебник Л.Л. Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства // Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2018.

2. Бізнес-процеси в умовах діджиталізації економіки [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2019/05/5.pdf>

3. Цифрова трансформація як ліфт у майбутнє [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/cyfrova-transformaciya-yak-lift-u-majbutnye>

4. Synyutka N., Kurylo O., Bondarchuk M. Digitalization of Public Procurement: the Case Study of Ukraine. *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska, Sectio H*. 2019. Vol. 53. № 3. P. 61-71. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://journals.umcs.pl/h/article/view/9273>

Рачинська Г.В., Дремлюга М.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

Інноваційна реклама є одним з найбільш цікавих видів нестандартної реклами. Багато товарів і послуг мають вузьку спеціалізацію і обмежене коло споживачів, охопити який за допомогою традиційної реклами складно і витратно. Нестандартна реклама виділяється із загального потоку оголошень, роликів, постерів новизною в подачі інформації, незвичайним розміщенням або новими технологіями. Переваги нестандартної реклами полягають у більш ефективному впливі на споживачів

Рівень інноваційного забезпечення рекламного ринку має стосуватися не тільки самих інструментів, а й нового ставлення до вподобань споживачів. Такі методи на сьогодні використовуються у світі й частково в Україні, адже рекламні агентства розуміють, що зацікавити аудиторію стає все складніше і необхідно впроваджувати більш інноваційні підходи для формування конкурентних переваг товарів [1].

Інновації в рекламі поступово беруть гору над традиційними методами, ураховуючи настрій споживачів, які втомилися від одноманітності, і дефіцит рекламних площ; швидше за все, традиційна реклама найближчим часом відійде на другий план. Уся справа в тому, що інноваційні рекламні технології більш захоплюючі, легко засвоювані та ефективні. Серед найбільш перспективних і вже зарекомендованих видів реклами за кордоном та в Україні є відеореклама в місцях масового скупчення людей з використанням технології InDoor TV. За оцінками фахівців, вона привертає увагу більше 90% потенційних покупців. Її основна відмінність від простих 3D технологій полягає в можливості сприйняття тривимірних зображень без використання додаткових засобів, таких як спеціальні шоломи або стереоокуляри. Реклама з використанням X3D video набула поширення у сфері комп'ютерних технологій, а також банківської та продуктової [2].

Інша інновація сучасної реклами – технологія інтерактивної взаємодії Just Touch, що з'явилася в США на початку XXI ст. Вона дозволяє відстежувати рух рук споживача і з їх допомогою управляти функціями меню, розташованого на спеціальному табло. Споживач має можливість легко знайти потрібну йому інформацію, перевірити наявність товару, ознайомитися з програмою закладу, при цьому в полі його зору постійно потрапляє логотип рекламного бренду [2]. Великим ефектом впливу володіє ще одна інновація – технологія