Климанський В. І.
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії,
Державний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна

DOI: https://doi.org/10.36059/978-966-397-593-1-33

ЦИФРОВА ГОТОВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Готовність підприємства до змін визначає не лише його подальший розвиток, а й саму можливість продовжувати діяльність. Без гнучкого підходу, без адаптації та відкритості до змін бізнес неминуче втрачатиме прибутки, клієнтів і ринки, а отже – не може ефективно функціонувати та планувати розвиток у довгостроковій перспективі. Особливо гостро це питання постає в Україні. В умовах сучасних безпекових викликів, з якими ми стикаємося, бізнеси змушені постійно адаптуватися: переносити комунікацію в онлайн-середовище, спрощувати системи координації між покупцями, постачальниками та клієнтами, оптимізувати управління складами й фінансами.

Втім, потреба в адаптивності є актуальною не лише для України. Європейський контекст також є показовим прикладом того, як зміни зовнішнього середовища змушують бізнес переглядати традиційні підходи до управління та взаємодії.

У стратегічних орієнтирах ЄС до 2030 року прямо закладаються цілі щодо масового використання підприємствами хмарних сервісів, Big Data та/або AI, а також підвищення цифрової інтенсивності МСП. Тобто цифрові практики розглядаються як інфраструктура конкурентності, логістика, якість управління чи фінансова стійкість [1].

В українському контексті актуальність теми має додаткову гостроту. Багато компаній пришвидшують цифровізацію і намагаються бути в тренді і готовності до змін, але часто зосереджуються тільки на автоматизації рутинних процесів. В той же час часто ігноруються цифрові інструменти для масштабування і розвиток як окремих бізнес-процесів, так і діяльності компанії загалом [2]. Актуальність цифрової готовності підприємства полягає в тому, що вона дозволяє компаніям постійно бути на в тренді нових підходів до ведення бізнесу, комунікації

з клієнтами, управління фінансами, а також підтримувати загальний рівень конкурентоспроможності.

До прикладу, компанія ROZETKA використовує зв'язку інструменти Looker Studio + внутрішні API, спрямована на аналітику продажів і поведінки клієнтів. Сам Looker Studio позиціонується як інструмент, що перетворює дані на інтерактивні дашборди й звіти для «розумніших бізнес-рішень», тобто напряму підтримує управлінський цикл: збір даних, обробка даних, дія на основі даних [3]. Окрема підхід до у компанії персоналізації та оптимізація маркетингу як конкурентна перевага. ROZETKA використовує Google Analytics 360 та BigQuery для кращих рекомендацій, а також зазначено вимірюваний ефект: зростання direct marketing revenue на 18% і збільшення середнього чека майже на 9%, після чого компанія масштабувала алгоритм на рекомендаційні блоки сайту [4]. Компонент прогнозування навантаження на склади пов'язується з прогнозуванням попиту. Тобто, сучасні підходи до demand forecasting розглядають прогнози як базовий вхід для рішень у маркетингу, виробництві, дистрибуції та фінансах, а точність прогнозу безпосередньо впливає на планування запасів і пропускної здатності операцій.

Отже, для сучасного бізнесу актуальним є впровадження адаптивних моделей управління бізнес-процесами з метою підтримки готовності підприємства до змін та забезпечення його загальної конкурентоспроможності на ринку. Такі моделі доцільно розглядати як послідовні етапи підготовки підприємства до змін. Отже, доцільно сформулювати послідовні етапи підготовки підприємства до змін. По перше, підприємство має оцінити власну цифрову готовність. Це дозволяє керівництву зрозуміти поточне положення компанії на ринку серед конкурентів, а також визначити її сильні та слабкі сторони. По-друге, визначити рівень готовності підприємства до змін, тобто його спроможність упроваджувати трансформації в бізнес-процеси та використовувати нові технології. Для цього необхідно ідентифікувати ключові бізнес-процеси підприємства, а також визначити процеси, яких бракує для підтримання конкурентоспроможності. Наступним етапом є вибір BPM-підходу та інструментів управління, формування системи ключових показників ефективності (KPI) і механізмів моніторингу. На завершальному етапі підприємство переходить до планування досягнення наступного рівня готовності, що забезпечує безперервність процесу адаптації та розвитку.

Література:

1. ’Path to the Digital Decade’: the EU’s plan to achieve a digital Europe by 2030. Council of the European Union. URL: https://www.consilium.europa.eu/en/policies/path-to-the-digital-decade-the-eu-s-plan-to-achieve-a-digital-europe-by-2030/

2. Хто задає темп в диджиталізації українського бізнесу. KPMG Ukraine. URL: https://kpmg.com/ua/uk/home/media/press-releases/2025/01/khto-zadaye-temp-v-dydzhytalizatsiyi-ukrayinskoho-biznesu.html

3. Жуковська В.М., Климанський В.І. Інтеграція цифрових інструментів в управління бізнес-процесами малих підприємств електронної торгівлі. *Інтернаука.* 2025. № 10.

4. GA360 Rozetka Case Study. Google. URL: https://services.google.com/fh/files/misc/ga360_rozetka_case_study_v4.pdf