К. М. Королюк,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,
освітньо-професійна програма «Менеджмент»;
Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У сучасному світі, де конкуренція між компаніями та цілими галузями стає дедалі гострішою, цифрова трансформація виступає ключовим фактором для досягнення успіху. Очевидно, що інтерес до цифрової економіки та її можливостей постійно зростає. Завдяки стрімкому розвитку інформаційних технологій світ наполегливо рухається до цифрового формату. Попри різний рівень впровадження цифрових технологій у різних країнах, їхній вагомий вплив на економіку та бізнес-моделі важко заперечити [1].

Цифровізація – це не лише спосіб оптимізувати існуючі бізнес-процеси, але й потужний інструмент для здійснення прориву, отримання нових конкурентних переваг. Вона сприяє економічному зростанню, посиленню конкурентоспроможності та стимулюванню інновацій. Завдяки цифровим технологіям можливе автоматизування рутинних задач, спрощення складних процесів і підвищення ефективності використання ресурсів. У нинішніх умовах жорсткої конкуренції цифровізація стає невід'ємною складовою для більшості бізнесів, дозволяючи заощаджувати час і кошти та адаптуватися до вимог сучасності [1].

Цифровізація – одна з визначальних тенденцій розвитку людської цивілізації, яка формує більш інклюзивне суспільство та кращі механізми управління, розширює доступ до охорони здоров’я, освіти та банківської справи, підвищує якість та охоплення державних послуг, розширює спосіб співпраці людей, а також дає змогу скористатися більшим розмаїттям товарів за нижчими цінами. Пандемія Covid-19 довела важливість та потрібність цифрових технологій для добробуту населення та розвитку економік.

Сьогодні цифрові технології впроваджуються як частина бізнес-процесів, а їх повсюдне впровадження проглядається в усіх сферах життя, оскільки:

- Їх експонентне зниження вартості у поєднанні з наявними хмарними послугами знижує капіталовкладення, необхідні для започаткування бізнесу;
- Їх застосування зменшує витрати, збільшує продуктивність та ефективність прийняття рішень;
- Вони стають дешевшими та, відповідно, доступнішими завдяки безкоштовному контенту та послугам (через низькі граничні витрати): користувачі сплачують лише частину вартості, яка створюється в цифровій економіці;
- Вони можуть використовуватися для створення унікальних продуктів, повністю адаптованих до уподобань клієнта.

Існують численні проблеми та ризики цифрового перетворення. Вони варіюються від втрати робочих місць через автоматизацію, від невирішених

етичних проблем (наприклад, відповідальність у разі автокатастрофи за участю самоврядного (безпілотного автомобіля) до проблем кіберзлочинності та конфіденційності, до спірних питань, таких як проблеми прогресуючої когнітивної втрати функції, що називається «цифровою деменцією» або «цифровим недоумством» (тобто розлад уваги, зниження концентрації та погіршення пам'яті внаслідок надмірного використання електронних пристроїв). Психологи вважають, що існує прямий зв'язок між цифровою деменцією, ігровою залежністю та цифровою залежністю [2].

Розвиток цифровізації супроводжується такими ризиками:

– Непослідовність законодавства: відсутність чітких правил у цифровій сфері створює невизначеність для бізнесу та громадян, ускладнює міжнародну співпрацю. Законодавство потребує постійного оновлення.

– Загроза кібербезпеці: організації ризикують стати жертвами зломів, викрадення даних і шахрайства.

– Скорочення робочих місць: автоматизація та роботизація змінюють ринок праці, скорочуючи зайнятість у багатьох сферах.

– Технічні збої: залежність від технологій робить бізнес і суспільство вразливими.

– Брак кваліфікованих кадрів: нестача фахівців та низька обізнаність ускладнює впровадження ІКТ. Це проблема довгострокового вирішення.

– Економічна нерівність: обмежений доступ до цифрових технологій загострює соціальну нерівність, ускладнює освіту, працевлаштування і доступ до послуг. Цифрова неграмотність обмежує участь у цифровій економіці.

– Складність оцінки результатів: через нематеріальність цифрових продуктів і їх слабке відображення в статистиці традиційні методи оцінки вигоди недієві.

– Витрати на енергоресурси: високі енергозатрати цифрових технологій посилюють навантаження на енергосистеми та сприяють кліматичним змінам через зростання викидів [3].

Група експертів Світового банку зазначає, що безпосередньо у сфері цифрових технологій створюється обмежена кількість нових робочих місць, проте їх розвиток може супроводжуватися збільшенням кількості робочих місць у супутніх сферах діяльності (наприклад, у Китаї зростання електронної торгівлі призвело до створення 10 млн робочих місць в онлайн- магазинах та суміжних службах [4].

Попри всі потенційні загрози, які супроводжують процес цифровізації, сучасне суспільство вже вступило на шлях фундаментальних змін у технологічній, економічній та соціальній сферах. Масштаби викликів, що постають перед індустріальним світом сьогодення, важко переоцінити. Йдеться про докорінну трансформацію глобального соціально-технологічного укладу, яка тягне за собою повний перегляд звичних систем, створення нових соціальних та економічних підходів. У цьому контексті відбувається зміна технологічної парадигми, перегляд управлінських моделей і переосмислення суспільних норм, а також значні демографічні зрушення, що охоплюють широкі регіони [5].

Список використаних джерел

1. Мосумова А., Селезньова Г., Гагарінов О. Цифровізація бізнесу: міжнароднии досвід. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Том 9. № 2. С. 323 – 328.
2. Хаустова М. Вигоди, ризики та проблеми цифровізації суспільства: загальнотеоретичний аспект. Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство» 2023 С. 753-759.
3. Хлебинська О. Теоретичні підходи до цифровізації та цифрової трансформації. Київ, 2021. С. 114-115.
4. Цифровізація: переваги та шляхи подолання викликів. URL: https://razumkov.org.ua/statti/tsyfrovizatsiia-perevagy-ta-shliakhy-podolannia-vyklykiv.
5. Пищуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Центр Разумкова, 2020. С. 4-6.

Ю. В. Ліпський,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління;
Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВИРОБНИКІВ МІКРОДОБРИВ

Ефективна та якісна реклама є необхідним та найбільш впливовим інструментом інформування та спонукання споживача до покупки товару. Основною метою рекламної діяльності промислових підприємств, зокрема й виробників мікродобрив, є створення сучасного бренду виробника, товару, забезпечення максимальної поінформованості про них потенційних покупців. Реклама допомагає якнайшвидше просунути новий товар на ринок та сформувати позитивне ставлення та підтримати лояльність до неї серед існуючих споживачів (юридичних та фізичних осіб), висвітлити переваги у порівнянні з продукцією конкурентів, поінформувати про нові властивості товару, знижки та акції, привернути увагу дилерів до закупівлі продукції. Нині перед кожною компанією виробником мікродобрив існує завдання не просто застосовувати рекламу, а знаходити нові, більш ефективні сфери її використання, що дозволять підвищити ефективність реклами шляхом максимального впливу на свідомість та підсвідомість своєї цільової аудиторії.

У п. 15 статті 1 Закону України «Про рекламу» реклама визначається як інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформувати або підтримати у прямий (пряма реклама,