

# MODERN ECONOMIC THEORIES AND IT'S ROLE IN THE DIGITIZATION OF THE ECONOMY

**Олійник Г. Ю., д.е.н., доцент, професор**  
*Відкритий міжнародний університет  
розвитку людини «Україна»  
м. Київ, Україна*

**Кадацька Т. О., магістр, старший викладач**  
*Одеська національна академія зв'язку  
імені О. С. Попова  
м. Одеса, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-1>*

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА – ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ У ЦИФРОВОМУ СВІТІ**

Економіка та управління бізнес – процесів у цифровому світі, в умовах побудови інформаційного суспільства, це повне переосмислення традиційних підходів до роботи з клієнтами, створення унікального досвіду погляду на партнерство і конкуренцію, і, безумовно, формує нові моделі і підходи до того, як сучасні бізнес-стратегії та корпоративна культура знайдуть своє втілення в щоденній діяльності сучасних великих і малих підприємств і компаній (далі компанії). На даному етапі всі компанії, під впливом нових цифрових технологій стоять на порозі масштабних перетворень тому що зараз відбуваються багатомірні зміни як на глобальному рівні, так і на рівні країн, індустрій, компаній, корпорацій і самих людей. Організації змінюються як зовні, так і внутрішньо. На це необхідно звернути особливу увагу тому що, саме зовнішня трансформація має на увазі нову концепцію по роботі з клієнтами, партнерами і контрагентами і зміну в компанії системи планування, обліку, менеджменту, маркетингу та формуванню корпоративної культури [1, с. 145]. Уже зараз недостатньо відповідати

очікуванням клієнта. Очікування клієнта потрібно вміти передбачати, а їх вимоги з кожним днем ростуть. Численні опитування топ-менеджерів підприємств по всьому світу показують, що термін виведення продукту або послуги на ринок (time-to-market) – дні, а не місяці або роки, як раніше, – став однією з найважливіших задач [2, с. 24]. Концепція для роботи в цифровому світі не запрацює на існуючих управлінських і операційних моделях. Для цього організації повинні перебудувати себе з середини і це чітко визначено як у Законі України «Про бухгалтерський облік» так і у «Національному Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку №1». Традиційна модель побудови бізнесу – система управління і операційна модель підприємств – в основному статична, орієнтована на повільний поступовий розвиток. Реагування на зміни в ній стримується численними бар'єрами, закладеними в саму природу такої моделі: традиційна вертикальна культура ведення бізнесу і система прийняття рішень; складність і неповороткість традиційних автоматизованих корпоративних систем; традиційна модель впровадження нововведень і управління змінами, яка в основному спирається на традиційні проектні методології. Цифрові технології приносить нові можливості і інструменти, які допомагають подолати побудовані людиною штучні бар'єри традиційних моделей ведення бізнесу і дозволять вивести його на новий рівень [3, с. 4–9]. Проривні технології відкривають компаніям нові можливості у складі: Роботизованих автоматизаційних процесів – RPA (Robotic Processes Automation); Інтелектуальної автоматизації, застосування штучного інтелекту (AI, Artificial Intelligence); Поглибленої аналітики і сформованих даних на визначену дату (Deep Learning and Big data); нових сучасних засобів бізнес-моделювання – імітаційного моделювання (Simulation Modelling). Пропозиція нових ідей, пошук нових можливостей, розробка нових товарів та послуг – завдання не тільки менеджменту. Це завдання всієї організації, особливо якщо це крупна компанія. Одна з найважливіших задач стратегічного лідерства – забезпечення постійного припливу,

«від низу до верху», свіжих ідей, раціоналізаторських пропозицій і підвищення творчого потенціалу менеджерів і працівників. Чим мінливіше зовнішнє середовище компанії, тим більше уваги менеджери повинні приділяти розвитку новаторських і адаптивних здібностей організації, удосконаленню корпоративної культури, в підготовці, вихованні та підтримці людей, готових боротися за впровадження нових технологій, нових підходів до виконання роботи, більш якісних послуг і товарів, нових способів застосування продукції; людей, які самі шукають можливість втілити свої ідеї в створення більш ефективних бізнес-процесів, товарів, нових видів бізнесу і нових галузей.

Спеціалісти вважають що нові технології можуть змінити традиційні операційні моделі компаній шляхом впровадження роботизованих автоматизованих процесів (RPA) – комп'ютерних програм-роботів, які виконують певні дії працівника в різних програмах так, як їх виконувала б людина [2, с. 143]. За прогнозом спеціалістів, 80% рутинних операцій будуть виконуватись програмними роботами без участі людини. Програмних роботів можна досить швидко підключати до певних ділянок роботи і повністю замінювати ними людину, що виконує операції в декількох традиційних системах. Програмні роботи спілкуються з традиційними системами через інтерфейси, для їх підключення в продуктивну операційну середу компанії не потрібна прив'язка до системи управління релізами [3, с. 123]. Вже зараз в Україні технологія RPA застосовується на підприємствах ПАТ «Укртелеком», ПАТ «Укрзалізниця». Менеджмент цих підприємств пройшов навчання і втілює нові технології в дію.

За даних умов в економіці Україні актуальним залишається дослідження у напрямку підвищення ефективності управління фінансовими та трудовими ресурсами за допомогою сучасних HR (Human Resources) систем, якими є комплекс технологій, що автоматизують і полегшують роботу з персоналом на всіх рівнях, від оперативного (повсякденний облік даних) до стратегічного (прийняття рішень з розвитку компанії). Якщо на підприємстві ефективно вибудована система управління персоналом, то

вона є результативною та може взаємодіяти з фінансовими, виробничими системами, що використовують в своїх процесах дані персоналу [2, с. 118] але це потребує додаткових досліджень та доведення до системи роботизації.

Звертаючи свій погляд у майбутнє, провідні компанії України приступили до реалізації спільної стратегії по створенню центру компетенцій з технологій роботизованої автоматизації процесів і штучного інтелекту RPA / AI Center of Excellence для України. У найближчому майбутньому компанії планують спільно побудувати сучасну екосистему, яка об'єднає замовників, партнерів та експертів, відкриє всім учасникам можливості реалізації своїх амбітних планів, проривних концепцій і бізнес-моделей. За роботизацією рутинних операцій прийде інтелектуальна автоматизація. Вже зараз подібні технології мають успішний досвід впровадження. Наприклад, програмних роботів Automation Anywhere (Enterprise RPA разом з IO Bot) використовували для перевірки боржників на різних етапах, як при первинному зверненні, так і на наступних етапах обслуговування. Ще один приклад: робот постійно відстежує кредитні заявки в автоматизованій системі компанії і, на певній стадії обробки заявки, самостійно виконує запити і первинний аналіз інформації про боржника – збирає дані і перевіряє його кредитну історію: штрафи, податки, судові справи, соціальні мережі та ін. Подібна статистика збирається за допомогою мобільних датчиків і акумулюється в корпоративному сховище даних. Зібрана статистика далі структурується і аналізується системами Business Intelligence (BI) і використовуватись програмними роботами для виконання все більш складних операцій.

Для стратегічного бізнес-планування та аналізу різних концепцій вже застосовують технології імітаційного моделювання (Simulation Modelling) – це комп'ютерна програма, що дозволяє дуже швидко і точно побудувати модель будь-якого складного об'єкта в реальному середовищі. У світі розроблено безліч програм для комп'ютерного моделювання. У кожній компанії своя організаційна культура, філософія і принципи

бізнесу, путі рішення проблем і способи прийняття рішень, трудова атмосфера, фольклор, система табу і рішень, корпоративна культура. Важливою складовою даного процесу є корпоративна культура як система керівництва зусиллями її зближення з маркетинговою стратегією компанії. Лідери бізнес-структур, які бажають, щоб їх компанії стали благонадійними корпоративними «громадянами», повинні не тільки дбати про етичність дій їхніх компаній, а й проявляти соціальну відповідальність при прийнятті рішень, які зачіпають всі зацікавлені кола, особливо працівників, місцеві спільноти та громадськість в цілому. Коригування методів реалізації корпоративної культури – одночасно з розробкою та впровадженням стратегії компанії нормальне явище; яке повинно виконуватись постійно.

Найнадійніший критерій успішного стратегічного лідерства – наявність у компанії якісної і ефективно реалізованої стратегії цифровізації і корпоративної культури. За такої умови шанси компанії на успіх поліпшуються, фінансові та стратегічні показники зростають, здатність до адаптації зростає, а працівники вважають її найкращим місцем для роботи. Менеджери повинні керувати не тільки реалізацією стратегії, а й забезпечити підтримку колективу. Єдиної, загальної для всіх, процедури реалізації не існує. Досвід показує, реалізація стратегії – безперервна дія, яка потребує від менеджера здатності до лідерства в зміні організації та відповідно корпоративної культури, в удосконаленні або створенні бізнес-процесів, умінні керувати і мотивувати, забезпечувати досягнення запланованих показників.

### **Література:**

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: Учеб. Пособ. / Питер Ф. Друкер; Пер. с англ. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2000. 272 с.
2. Воробієнко П.П., Лозова Т.І., Олійник Г.Ю. Перехідна економіка : теорія та практика : монографія. Одеса : ОНАЗ ім. О.С.Попова, 2018. 272 с.
3. Олійник Г.Ю. Організаційно-економічний механізм корпоративного управління підприємствами транспорту та зв'язку: монографія. Київ : Логос, 2012. 423 с.