

Лекція 4

THE IMPORTANCE OF DIGITAL TRANSFORMATION FOR SMALL AND MEDIUM SCALE BUSINESSES ВАЖЛИВІСТЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ:

- 4.1. Цифрові зміни МСБ у період воєнного стану: віддалений доступ та віртуальний офіс, автоматизація виробництва, електронна комерція
 - 4.2. Діджитал-маркетинг як інструмент стратегії цифрової трансформації МСБ
 - 4.3. Європейські тенденції цифрових змін МСБ: хмарні сервіси, штучний інтелект, великі дані.
 - 4.4. Як залишатись на плаву у вік цифрових змін?
 - 4.5. Висновки
-

4.1. Цифрові зміни МСБ у період воєнного стану: віддалений доступ та віртуальний офіс, автоматизація виробництва, електронна комерція

Цифровізація процесів є важливою не лише для окремих малих та середніх підприємств, але й для цілих галузей, які обирають цей шлях розвитку як єдиний спосіб відповідати швидкоплинним умовам сучасного світу. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібної торгівлі, державного сектора та інших сфер вже зараз змінює життя кожної людини та кожної компанії.

Цифровізація стає ключовим елементом для виживання та розвитку малого та середнього бізнесу в умовах війни. Адже цифрові технології допомагають бізнесу швидше адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, забезпечуючи безперервність операцій навіть у складних умовах. У періоди, коли фізична присутність на робочому місці стає неможливою або небезпечною, цифровізація дає змогу продовжувати роботу з будь-якої точки світу. У той же час хмарні сервіси забезпечують збереження та доступ до важливої інформації, що є надзвичайно важливим в умовах руйнування інфраструктури або переміщення. Цифрові інструменти дають змогу бізнесам оперативно реагувати на зміни ринку та потреби

клієнтів, що є вирішальним під час кризи. Водночас онлайн-платформи забезпечують ефективну комунікацію та координацію між співробітниками, партнерами та клієнтами. Цифрові канали відкривають нові ринки та можливості для бізнесу, що може бути життєво важливим у період скорочення внутрішнього ринку. Сьогодні можемо спостерігати декілька визначальних тенденцій цифрових змін, які характерні для підприємств малого та середнього бізнесу в Україні і в Європі (рис. 4.1).



Рис. 4.1. Ключові тенденції цифровізації МСБ України та Європи

Спробуємо проаналізувати особливості кожного напрямку цифрових змін.

Віддалений доступ та віртуальний офіс

Уявіть, що у вас є невеликий бізнес, але ваша команда несподівано опинилася далеко від вас. Як діяти в такій ситуації? Віртуальні конференції можуть стати рятівним колом, допомагаючи менеджерам підтримувати зв'язок між командами, замінюючи особисті зустрічі. Сучасні хмарні рішення значно спростили та зробили віддалену роботу більш привабливою, дозволяючи працювати з будь-якого місця у світі, де є стабільний інтернет.

Для віддаленого зв'язку використовуються такі додатки:

- ✦ віртуальне середовище Citrix і VMware,
- ✦ віртуальні приватні мережі (VPN),
- ✦ платформи для корпоративного співробітництва, наприклад, HighQ,
- ✦ інструменти для презентацій: Zoom, Webex, GoogleMeet і Skype.

Якщо офіс став недоступним, можна створити віртуальний офіс. Віртуальний офіс — це робочий простір в Інтернеті, який дозволяє працівникам перебувати у будь-якій точці світу та ефективно взаємодіяти з колегами.

Переваги віртуального офісу:

- ✦ Ефективність роботи: працівники не витрачають час на дорогу до офісу і назад, що позбавляє їх додаткового стресу, надає більше вільного часу та покращує концентрацію на робочих завданнях.
- ✦ Комфортні умови: працюючи з дому, співробітники знаходяться в комфортних для них умовах, можуть більше уваги приділяти сім'ї та краще планувати свій вільний час, що підвищує робочу мотивацію і знижує стрес від постійної зайнятості.
- ✦ Задоволення роботою: працівники віртуальних офісів рідше звільняються, що зменшує плинність кадрів і скорочує витрати бізнесу на набір нового персоналу.
- ✦ Зменшення числа лікарняних листів: працюючи з дому, співробітники рідше користуються громадським транспортом і менше хворіють на простудні захворювання.
- ✦ Економія офісного простору: компанія може економити на утриманні офісних приміщень або здавати їх в оренду, отримуючи додатковий прибуток, якщо співробітники працюють у віртуальному офісі.
- ✦ Можливість залучення працівників з усього світу: віртуальний офіс дозволяє залучати фахівців з різних країн, що розширює можливості пошуку потрібних спеціалістів.
- ✦ Економія коштів на початковій стадії розвитку бізнесу: стартапи зазвичай не мають достатніх коштів, а витрати на утримання офісів є значущими в їх бюджетах. Віртуальний офіс вирішує цю проблему.
- ✦ Економія на робочих місцях: витрати на обладнання робочих місць зростають зі збільшенням кількості працівників. Віртуальний офіс дозволяє без значних витрат наймати нових фахівців і забезпечувати їх необхідними ресурсами для роботи.
- ✦ Професіоналізм працівників: гнучкий графік підходить цілеспрямованим і організованим людям, тому працівники віртуальних офісів зазвичай більш дисципліновані та відповідальні.

Автоматизація виробництва

Високий рівень розвитку технологій дозволяє здійснювати регулювання та керування виробничими процесами без участі людини, лише під її контролем. Нещодавні інтерв'ю з підприємствами малого та середнього бізнесу України свідчать, що війна може стимулювати подальший розвиток автоматизації для зменшення залежності від людського фактору і забезпечення більшої стійкості в майбутньому.

Війна, як і пандемія, є непередбачуваною форс-мажорною обставиною. Проте й тут автоматизація стає корисною. Яскравий приклад мав місце на початку епідемії

коронавірусу, коли деякі заводи з виробництва напівпровідників і плоских панелей в Ухані змогли підтримувати відносно нормальний ритм виробництва завдяки високому рівню автоматизації. Водночас трудомісткі галузі промисловості, такі як машинобудування, майже повністю зупинилися, а обмеження мобільності персоналу ускладнили відновлення нормальної роботи.

Переваги автоматизації виробництва:

- ✦ підвищення якості кінцевого продукту;
- ✦ зменшення собівартості виробництва;
- ✦ збільшення валового обсягу випуску продукції;
- ✦ зменшення шкідливих викидів в навколишнє середовище;
- ✦ підвищення рівня надійності та безпеки експлуатації обладнання;
- ✦ продовження строку експлуатації технологічного обладнання;
- ✦ зменшення витрат на ремонт і технічне обслуговування технологічного обладнання;
- ✦ розширення асортименту продукції.

Електронна комерція

Електронна комерція, або e-commerce (англ. electronic commerce), це процес купівлі та продажу товарів або послуг через Інтернет. Вона включає в себе різні види комерційної діяльності, такі як:

- ✦ Інтернет-магазини – вебсайти, де споживачі можуть переглядати, замовляти та оплачувати товари або послуги малого та середнього бізнесу.
- ✦ Онлайн-аукціони – платформи, де покупці та продавці можуть брати участь у торгах на різні товари (наприклад, eBay).
- ✦ Електронні платіжні системи – сервіси, які забезпечують безпечну оплату товарів та послуг онлайн (наприклад, PayPal, Stripe).
- ✦ Мобільна комерція (m-commerce) – використання мобільних пристроїв для здійснення комерційних транзакцій.
- ✦ Електронні каталоги та вітрини – вебсайти, які надають інформацію про товари та послуги, що продаються в Інтернеті.
- ✦ B2B (business-to-business) – продаж товарів або послуг між компаніями малого та середнього бізнесу через Інтернет.
- ✦ B2C (business-to-consumer) – продаж товарів або послуг від компаній до споживачів через Інтернет.
- ✦ C2C (consumer-to-consumer) – продаж товарів або послуг між споживачами через платформи онлайн-торгівлі.

Електронна комерція забезпечує зручність для покупців і продавців, дозволяючи здійснювати транзакції в будь-який час і з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету. Саме тому обсяги продажу світової роздрібної електронної торгівлі постійно зростають (рис. 4.2).

В Україні у світі малий та середній бізнес відчуває зростання попиту на продуктові онлайн-покупки, що стало можливим завдяки цифровізації у роздрібній торгівлі. У складні періоди споживачі масово купують їжу та інші предмети першої необхідності. Завантаження додатків для покупки продуктів б'є рекорди, оскільки люди все частіше замовляють онлайн. Наприклад, кількість щоденних завантажень Instacart у США зросла на 218%, за ним слідують Walmart Grocery (160%) та Shipt (124%).

Amazon Fresh та Instacart запропонували безконтактну доставку «до порога» («Leave at My Doorstep»), де клієнти можуть отримати фотографію продуктів, залишених біля дверей, у реальному часі, залишивши інструкцію для водія при оформленні замовлення. Європейські кур'єрські служби також починають впроваджувати безконтактні варіанти доставки («drop-off»), такі як британський сервіс Deliveroo, іспанська Glovo або Uber Eats.

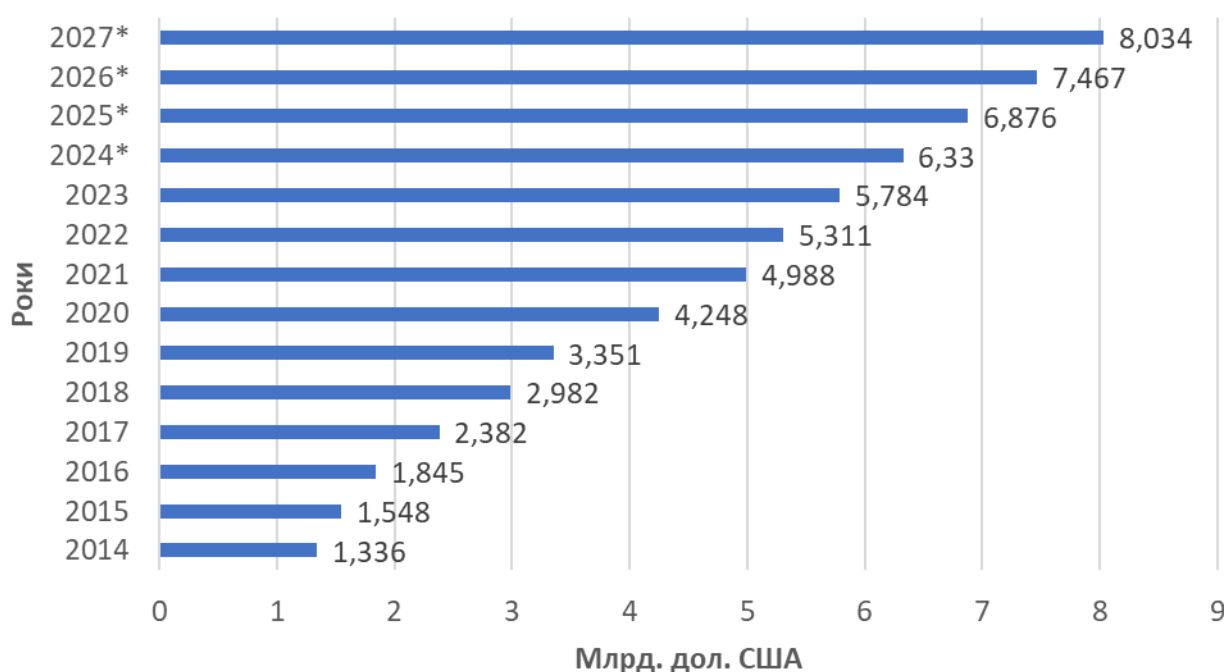


Рис. 4.1. Динаміка реальних та прогнозованих обсягів продажу світової роздрібної електронної торгівлі

(Джерело: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>)

Примітка: * - прогнозовані дані

Одночасно, в Україні та світі зростає конкуренція між маркетплейсами та соціальними мережами (табл. 4.1). В українському сегменті Instagram з'являється все більше дрібних брендів, але конкурувати можуть лише ті майданчики, де пропонуються унікальні товари «hand made». При цьому довіра споживачів більше до великих гравців, ніж до дрібних.

Таблиця 4.1. Найпопулярніші електронні торговці України та їх бізнес-моделі

Бізнес-модель	Особливості торгівельної платформи	Найменування електронної платформи
Дошка оголошень	Сайт, де приватні особи чи підприємства розміщують свої рекламні пропозиції продукції	OLX, Allbiz
Маркетплейс	Платформа для контактування продавців та покупців і реалізації трансакцій між ними за встановленими правилами та виконання окремих елементів трансакції (платежі, доставка тощо)	Prom.ua, Bigl.ua, Shafa.ua
Дошка оголошень + прайс-агрегатор	Платформа для розміщення рекламних пропозицій, пошук і порівняння пропозицій різних підприємств із подальшим здійсненням трансакцій між покупцями і продавцями.	Ria
Суперматкет + маркетплейс	Платформа для розміщення та продажу товарів, які закуплені у різних виробників від свого імені за визначеними цінами та пропозиція товарів інших продавців, забезпечення їх комунікації із покупцями, реалізація трансакцій між ними із виконанням окремих елементів трансакцій	Rozetka, Lamoda, Kasta
Спеціалізовані супермаркети	Розміщення на сайті та продаж товарів, які закуплені у різних виробників від свого імені за визначеними цінами, переважно із власних товарних запасів.	Eldorado, Foxtrot, Makeup, Allo, Eva, Parfums

Попри стрімкий розвиток е-комерції її головним недоліком не лише у світі, але і в Україні залишається монополізація ринків великими гравцями, оскільки сектор малого підприємництва не завжди може впоратись із викликами конкурентного середовища. У структурі ринку електронної комерції в Україні у першому півріччі 2024 року (рис. 4.3) ключове місце займали електроніка, а також іграшки, хобі та вироби «hand made». У п'ятірку лідерів входили також такі групи товарів як одяг, взуття, аксесуари, меблі та фурнітура, косметика, особистий догляд та продукти харчування.

Обсяги електронної комерції в Україні та Європі постійно зростають, адже інтернет-магазини працюють цілодобово, дозволяючи споживачам робити покупки у зручний для них час, без необхідності відвідувати фізичні магазини. Окрім цього, онлайн-платформи часто пропонують ширший вибір товарів, ніж традиційні магазини, що приваблює споживачів. Електронна комерція дозволяє порівнювати ціни на різних платформах і знаходити найвигідніші пропозиції, що робить покупки більш економічними, а розвиток цифрових технологій, зокрема мобільних додатків та платіжних систем, спрощує процес покупки і оплати товарів онлайн.

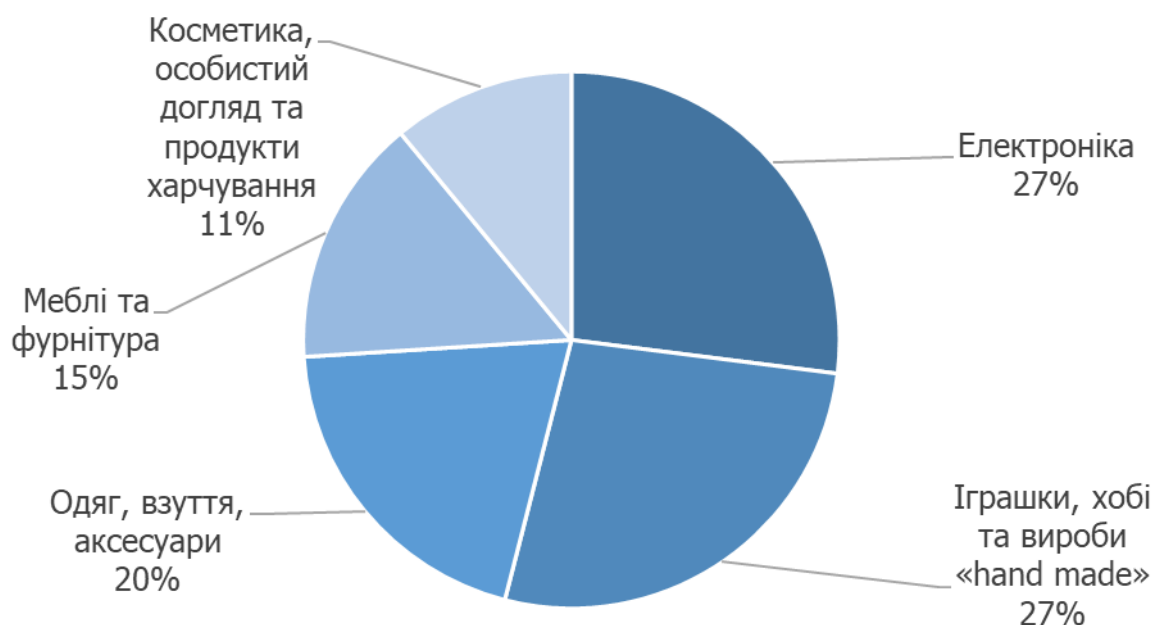


Рис. 4.3. Структура ринку електронної комерції в Україні

(Джерело: <https://ecc.com.ua/2024/03/26/struktura-rinku-elektronnoi-komercii-ukraini-ljutij-2024/>)

Пандемія значно прискорила перехід до онлайн-покупок через обмеження та закриття фізичних магазинів, а також через бажання споживачів мінімізувати контакти з іншими людьми. Упровадження безконтактних варіантів доставки підвищує безпеку покупок і додає зручності для споживачів. У той же час, зростання інвестицій у логістичні системи дозволяє доставляти товари швидше і надійніше, що збільшує задоволення клієнтів. Зростаюче число користувачів Інтернету в Україні та

Європі збільшує потенційну базу споживачів для електронної комерції. Збільшення популярності мобільних пристроїв робить онлайн-покупки ще більш доступними та зручними для широкого кола споживачів. Використання соціальних мереж як платформ для продажу товарів також сприяє зростанню електронної комерції, залучаючи нових клієнтів і створюючи додаткові можливості для маркетингу. Ці фактори разом створюють сприятливе середовище для розвитку електронної комерції, роблячи її все більш популярною серед споживачів у всьому світі.

4.2. Діджитал-маркетинг як інструмент стратегії цифрової трансформації МСБ

Діджитал-маркетинг — це сучасний спосіб взаємодії компаній малого та середнього бізнесу з клієнтами через пошукові системи, соціальні мережі, електронну пошту та інші канали цифрової комунікації.

Види діджитал-маркетингу, які використовує малий і середній бізнес України та Європи:

- ✦ пошукова оптимізація;
- ✦ контент-маркетинг;
- ✦ social media marketing;
- ✦ автоматизація маркетингу;
- ✦ email-маркетинг;
- ✦ стратегія доставки на замовлення.

Пошукова оптимізація. Це маркетингова стратегія, спрямована на підвищення рейтингу веб-ресурсу для збільшення органічного трафіку. Чим вище сайт ранжується в пошукових системах, зокрема в Google, тим більші шанси на розвиток бренду. Стратегія може включати як внутрішні, так і зовнішні методи оптимізації (рис. 4.4).



Рис. 4.4. Види та структура пошукової оптимізації

(Джерело: <https://naurok.com.ua/urok-poshukova-optimizaciya-ta-prosuvannya-vebsaytiv-178355.html>)

Просування у цьому напрямку передбачає створення унікального контенту, впровадження технічних покращень на сайті та лінкбیلдинг. Усе це базується на розумінні принципів роботи основних алгоритмів Google, які часто оновлюються, тому стратегії просування необхідно регулярно коригувати, щоб зберігати їхню ефективність.

Контент-маркетинг. Цей вид цифрового маркетингу спрямований на максимальне задоволення інформаційних запитів цільової аудиторії. Контент може бути представленим у формі блогів, постів у соціальних мережах, відео, інфографіки, подкастів тощо. Ідеально, якщо бренд стане авторитетним голосом у своїй галузі, публікуючи якісну інформацію. Це допоможе привернути аудиторію, яка шукає останні тенденції та довіряє саме цьому бренду.

Social media marketing. Соціальні мережі є важливим елементом цифрового маркетингу для будь-якої компанії. Створення акаунтів на популярних платформах, таких як Facebook, Instagram, LinkedIn і YouTube, та їх просування дозволяє збільшити трафік на сайт і суттєво підвищити впізнаваність бренду.

Інструменти цифрового маркетингу мають низку важливих переваг:

- ✦ Таргетинг і персоналізація, адже цифровий маркетинг дозволяє точно націлювати рекламу на конкретні аудиторії за допомогою даних про інтереси, поведінку та демографічні характеристики. Це підвищує ефективність кампаній та знижує витрати на рекламу.
- ✦ Масштабованість – саме цифрові канали дозволяють легко масштабувати рекламні кампанії, адаптуючи їх до будь-якого бюджету і географічного масштабу, від локальних до глобальних ринків.
- ✦ Вимірюваність й аналітика – із використанням цифрових інструментів можна точно вимірювати результати кампаній, відстежувати показники (наприклад, кількість переглядів, кліків, конверсій) та вносити корективи в реальному часі для покращення результатів.
- ✦ Зворотний зв'язок і взаємодія, адже саме соціальні мережі та інші цифрові платформи дозволяють отримувати зворотний зв'язок від клієнтів, взаємодіяти з ними та швидко реагувати на їхні потреби і запити.
- ✦ Економічність, оскільки вартість цифрових рекламних кампаній може бути значно нижчою, ніж традиційні рекламні методи (телебачення, радіо, друковані медіа), при цьому досягається більша аудиторія.
- ✦ Гнучкість і швидкість, адже саме цифровий маркетинг дозволяє швидко адаптувати кампанії, змінювати креативи, бюджет і стратегії на основі актуальних даних і змінюваних умов ринку.
- ✦ Глобальне охоплення через Інтернет дає змогу досягати аудиторії по всьому світу, що робить можливим вихід на нові ринки і розширення малого та середнього бізнесу за межі місцевих кордонів.

- ✦ Автоматизація, що включає інструменти цифрового маркетингу, які дозволяють автоматизувати багато процесів, таких як email-кампанії, соціальні медіа-пости, аналітика, що економить час і ресурси.
- ✦ Контент і SEO – це насамперед можливість створення та просування контенту, що відповідає інтересам і потребам цільової аудиторії, а також оптимізації для пошукових систем (SEO) для покращення видимості в Інтернеті.
- ✦ Підвищення лояльності являє собою взаємодію через цифрові канали та допомагає створити більш тісний зв'язок з клієнтами, покращити їхній досвід і лояльність до бренду.

Аналізуючи особливості діджитал-маркетингу, доцільно відзначити зростаючий рівень його автоматизації. Суть автоматизації цифрового маркетингу полягає у використанні різних програм і сервісів для відправлення автоматичних повідомлень за певних умов, а також для моніторингу метрик, які відображають результати просування через різні канали. Мета — спростити і автоматизувати складні процеси маркетингу в B2C- та B2B-сферах, зменшуючи втручання людей. Це завдання виконують діджитал-агентства.

Дослідження свідчать, що автоматизація маркетингової діяльності є одним із найдинамічніших трендів. Якщо у 2015 році лише 22% компаній використовували сервіси автоматизації, то до 2024 року практично всі компанії, крім новачків, вже впровадили ці технології.

E-mail-маркетинг. Хоча цей канал часто недооцінюють, він залишається дуже ефективним. Розсилання електронних повідомлень дозволяє підтримувати постійний контакт з аудиторією, зміцнювати відносини та сприяти запам'ятовуванню бренду в момент вибору. Сучасний e-mail маркетинг орієнтований не лише на формування лояльності споживачів, а й на оперативне вирішення їхніх проблем. Для цього особливо ефективні смартфони та мобільний маркетинг, які забезпечують швидкий зв'язок з клієнтами.

Найпопулярнішими стратегіями є:

- ✦ SMS-розсилки та push-повідомлення;
- ✦ розробка мобільних додатків;
- ✦ QR-коди (Quick Response), які можна наносити на будь-які інші рекламні матеріали, щоб надати мобільним користувачам додаткову інформацію про ваш бренд;
- ✦ обмін миттєвими повідомленнями через популярні месенджери WhatsApp, Viber, Telegram;
- ✦ використання геолокалізації.

Оптимізація вебресурсу для показу на мобільних пристроях також є обов'язковою умовою розкрутки бізнесу.

Стратегія доставки на замовлення. Ця стратегія відкриває нові можливості для малих і середніх підприємств у сфері ресторанного бізнесу та кафе. У деяких

випадках можна навіть перейти на модель хмарного ресторану (Cloud Kitchen) на постійній основі і продовжувати здійснювати доставку готових страв після перемоги у війні. Як нещодавно повідомила Google, у США кількість пошукових запитів на Uber Eats, DoorDash, Postmates та Grubhub зросла на 53% за останні кілька місяців. Запити на Uber Eats виросли на 70%, DoorDash посідає друге місце з 55%, за ним слідують Grubhub (46%) та Postmates (42%).

Отже, жоден сучасний малий та середній бізнес не зможе розвиватись у довгостроковій перспективі без розробки стратегії цифрової трансформації. Ми спостерігаємо швидке прискорення тенденцій, які раніше розвивалися повільно. Найімовірніше, саме ці тенденції визначатимуть майбутнє бізнесу в наступні роки. Діджиталізація послуг, так само як і діджиталізація держави та технологій загалом, уже врятували мільйони робочих місць і допомагають бізнесу адаптуватися до нових реалій.

4.3. Європейські тенденції цифрових змін МСБ: хмарні сервіси, штучний інтелект, великі дані

Згідно з даними провідних консалтингових компаній, 75% європейських підприємств планують використовувати хмарні сервіси, великі дані та штучний інтелект, а понад 90% європейських малих і середніх підприємств досягнуть принаймні базового рівня цифрової інтеграції. Європа продовжить розвивати інноваційні можливості та покращувати доступ до фінансування, що призведе до подвоєння кількості єдинорогів (стартапів вартістю 1 мільярд доларів). Європейський Союз у 2023 році інвестував 2 мільярди євро в проекти з розвитку інфраструктури обробки даних, обміну даними, архітектур та механізмів управління, що сприяють ефективному обміну даними та інтеграції енергоефективних і надійної хмарної інфраструктури. Європейська Комісія також значно зосередилася на створенні відповідної нормативної бази для хмарних технологій.

Хмарні сервіси. Ці сервіси являють собою платформи та програми, які функціонують на серверах спеціалізованих компаній — хмарних провайдерів. Програми не потребують установки на комп'ютер і доступні з будь-якої точки світу. Наприклад, Dropbox, Google Drive, iCloud — усі ці сервіси, які ми використовуємо щодня, працюють у хмарі, навіть якщо ми цього не усвідомлюємо. Зберігати файли в хмарі набагато зручніше та безпечніше, ніж на власному комп'ютері.

Та ж ситуація і з бізнесом. Хмарна версія 1С зручніша, ніж локальна установка на сервері, який може бути зламаний, заражений вірусом або застаріти. Якщо ваш інтернет-магазин працює в хмарі, ви можете просто замовити додаткове місце у хмарного провайдера в день розпродажів, таких як «Чорна п'ятниця», і не турбуватися про те, що система може зупинитися. Перехід бізнесу в хмару допомагає вирішити безліч проблем, пов'язаних з управлінням складною IT-інфраструктурою.

Світовий ринок хмарних технологій постійно зростає, оскільки є важливим компонентом сучасної інфраструктури малого та середнього бізнесу (рис. 4.5).

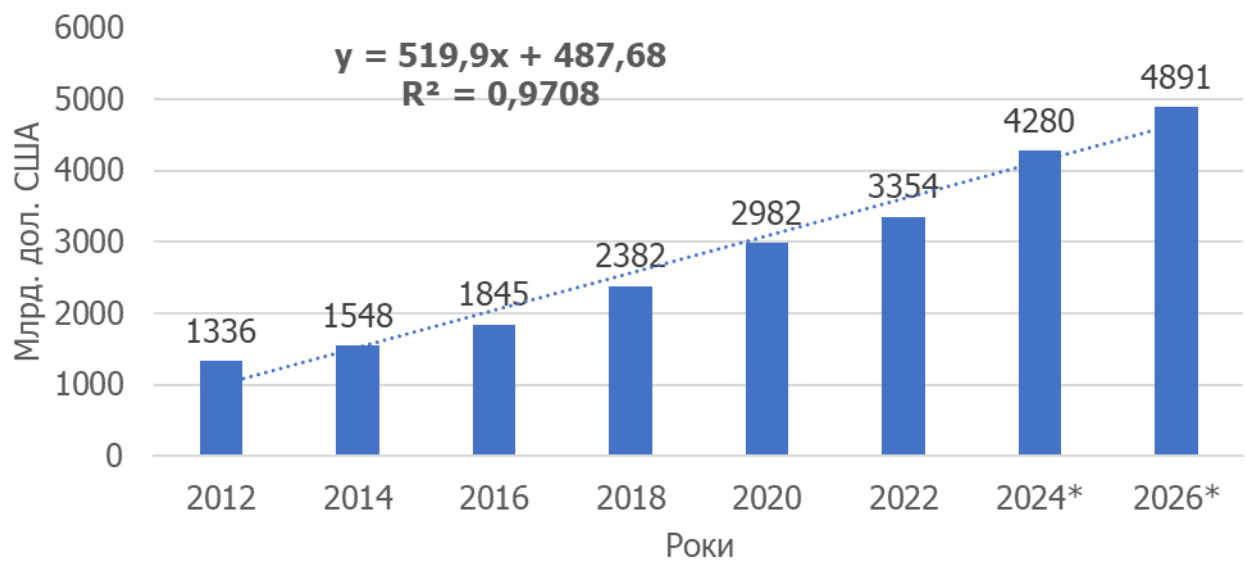


Рис. 4.5. Реальні та прогнозовані обсяги світового «хмарного» ринку

(Джерело: <https://www.statista.com/outlook/tmo/public-cloud/worldwide>)

Примітка: * - прогнозовані дані

Аналізуючи фактичні дані можемо бачити, що лінія тренду такого зростання є лінійною, величина коефіцієнта детермінації близька до 1. Це свідчить про високу імовірність реалізації саме такої моделі розвитку «хмарного» ринку. Загалом використання хмарних сервісів може суттєво сприяти розвитку малого та середнього бізнесу в Україні завдяки ряду переваг:

- ✦ Зниження витрат, адже хмарні сервіси дозволяють уникнути витрат на придбання та обслуговування власного обладнання і серверів. Компанії сплачують лише за ті ресурси, які використовують, що значно знижує загальні витрати на IT-інфраструктуру.
- ✦ Масштабованість - саме хмарні сервіси легко масштабуються відповідно до потреб бізнесу. Малі і середні компанії можуть швидко збільшити або зменшити ресурси, такі як обсяг зберігання даних або потужність обробки, без необхідності великих початкових інвестицій.
- ✦ Гнучкість і доступність, оскільки із хмарними сервісами працівники можуть отримати доступ до даних і додатків з будь-якої точки світу, що дозволяє підтримувати гнучкий графік роботи та працювати віддалено. Це особливо корисно для компаній, які мають працівників, розташованих в різних регіонах або країнах.
- ✦ Покращена безпека, адже хмарні провайдери зазвичай мають високий рівень безпеки та захисту даних, включаючи шифрування, резервне копіювання і регулярні оновлення систем. Це допомагає захистити важливі дані від втрати, крадіжки або атак.

- ✦ Автоматизація і оновлення - саме хмарні сервіси автоматично оновлюються і вдосконалюються, що дозволяє бізнесам використовувати найновіші функції і технології без потреби в ручних оновленнях або технічному обслуговуванні.
- ✦ Ефективність і продуктивність, означає що використання хмарних інструментів для управління бізнес-процесами, обробки даних і комунікації підвищує загальну продуктивність. Хмари дозволяють легко інтегрувати різні додатки і платформи, спрощуючи управління проектами та співпрацю.
- ✦ Вирішення проблем з IT-інфраструктурою, оскільки хмарні сервіси дозволяють уникнути проблем, пов'язаних з обслуговуванням і модернізацією локальних серверів, такими як апаратні збої або вірусні атаки. Це звільняє ресурси для зосередження на основних бізнес-процесах.
- ✦ Зручний доступ до аналітики, адже хмарні платформи часто включають інструменти для збору і аналізу даних, що дозволяє малим і середнім підприємствам швидко отримувати важливу інформацію про свою діяльність і приймати обґрунтовані рішення.
- ✦ Інновації і конкуренція, оскільки хмари дають можливість малим і середнім бізнесам швидше впроваджувати нові технології і рішення, що дозволяє їм бути конкурентоспроможними і реагувати на зміни ринку з гнучкістю.
- ✦ Покращення клієнтського обслуговування, адже хмарні сервіси допомагають знижувати час відгуку на запити клієнтів і покращують обслуговування через інтеграцію CRM-систем і платформ для підтримки клієнтів.

Великі дані. Вони являють собою величезні обсяги інформації, як структурованої, так і неструктурованої, які настільки масштабні, що традиційні методи та інструменти, такі як бізнес-аналітика та системи управління базами даних, не здатні впоратися з ними. Малі та середні підприємства можуть отримувати ці дані з Інтернету. Великі дані надають компаніям у будь-якій галузі можливість здобувати корисну інформацію та виявляти приховані закономірності. Завдяки аналізу цих даних компанії можуть не лише укріпити свої ринкові позиції, а й забезпечити своїм клієнтам більш персоналізований і задовільний сервіс.

Упродовж останніх десяти років європейський ринок великих даних демонструє значне зростання (рис. 4.6). Із розвитком цифрових технологій, Інтернету речей (IoT) та соціальних медіа, обсяги даних, які генеруються щодня, зростають експоненціально. Це сприяє зростанню потреби в аналітиці великих даних. Більше компаній у Європі починають використовувати великі дані для отримання бізнес-інсайтів, оптимізації операцій, покращення споживацького досвіду та створення нових можливостей для бізнесу. Європейські компанії та уряди активно інвестують у технології для обробки та аналізу великих даних. Це включає хмарні рішення, платформи для обробки даних та інструменти для аналітики.

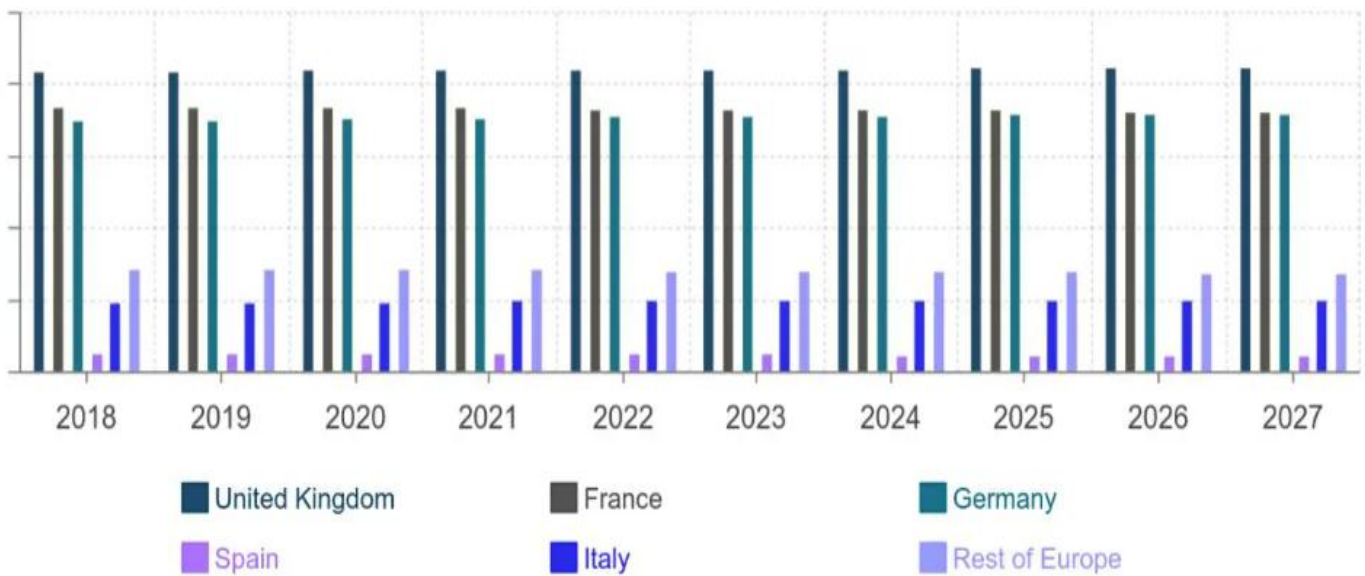


Рис. 4.5. Реальні та прогнозовані обсяги європейського ринку великих даних

(Джерело: <https://www.stellarmr.com/report/Europe-Big-Data-Market/1222>)

Примітка: із 2024 по 2027 роки наведено прогнозовані дані.

Компанії в усіх секторах, включаючи фінансовий, медичний, роздрібний і телекомунікаційний, використовують великі дані для покращення персоналізації своїх продуктів і послуг, що стимулює ринок. Європейський Союз активно розробляє та впроваджує регуляторні рамки, такі як GDPR (Загальний регламент захисту даних), які сприяють безпечному і ефективному використанню даних. Поліпшення інфраструктури для зберігання та обробки даних, таких як розширення можливостей хмарних платформ і зростання кількості дата-центрів, підтримують зростання ринку великих даних. Усі ці фактори сприяють швидкому розвитку європейського ринку великих даних, роблячи його важливим і динамічним сектором на глобальному рівні.

Прогнозований обсяг світового ринку великих даних у 2029 році складатиме 228,4 млрд. дол. США (рис. 4.6). Як свідчать результати аналітичних досліджень, ключовими «гравцями» ринку великих даних на сьогодні є такі світові гіганти як Microsoft, Teradata, IBM, Oracle, SAS Institute та Google. У регіональному розрізі лідерами впровадження технологій опрацювання великих даних є країни Північної Америки. У більшій мірі такі технології використовуються для прийняття управлінських рішень.

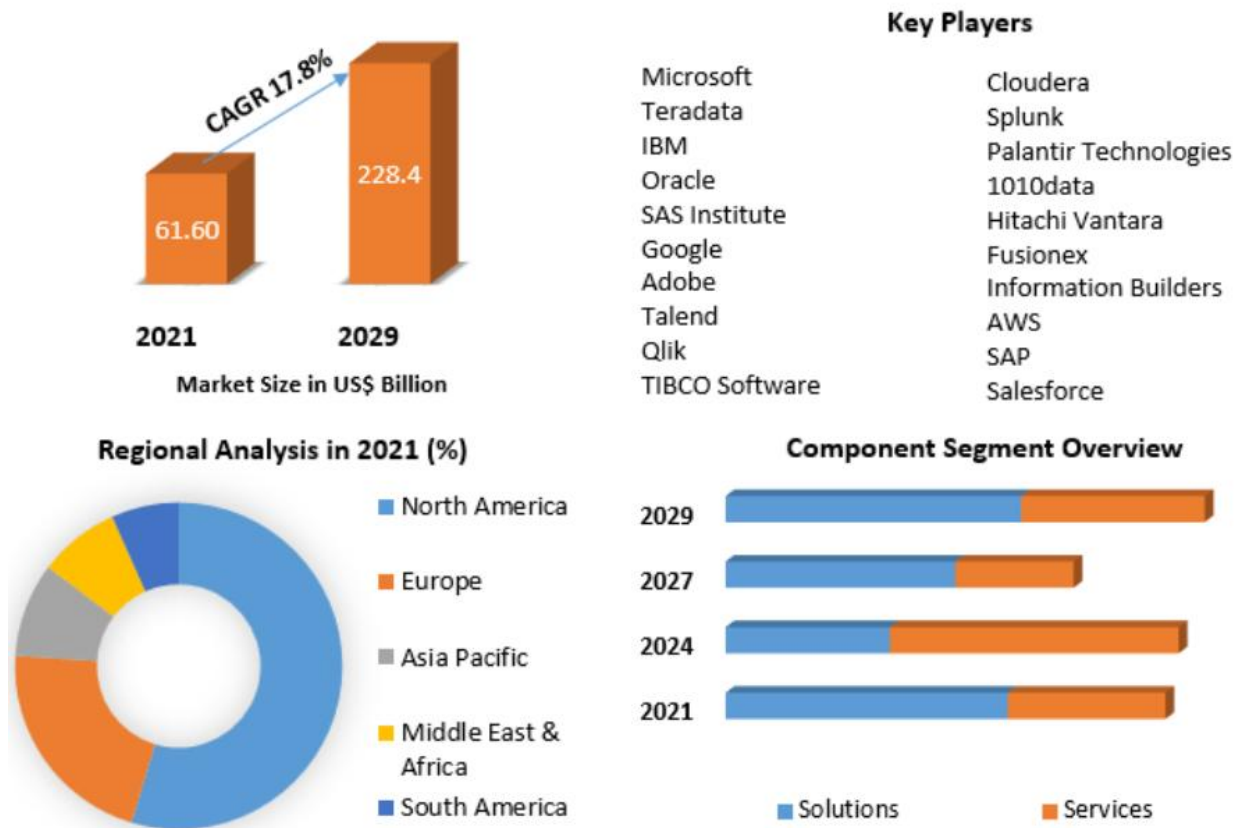


Рис. 4.6. Ключові «гравці» та тенденції розвитку світового ринку великих даних
(Джерело: <https://www.linkedin.com/pulse/global-commerce-cloud-market-analyzed-business-growth-sandip-jagtap/>)

Штучний інтелект (ШІ). ШІ вважається ключовим інструментом для підтримки енергетичних технологій, інновацій і наукових досягнень. Він також має здатність до самонавчання і сприяє забезпеченню «цифрового суверенітету», допомагаючи захищати держави та Європейський Союз від кібератак на національному та європейському рівнях.

Малий та середній бізнес отримує низку вигод від упровадження ШІ в якості цифрового інструменту щоденної діяльності (рис. 4.7). Насамперед ШІ може автоматизувати повторювані завдання, такі як обробка замовлень, управління запасами і обробка даних, що дозволяє знизити витрати і звільнити час для більш важливих завдань. Також прогресивним досвідом є використання чат-ботів та інших систем ШІ для підтримки клієнтів. ШІ допомагає аналізувати великі обсяги даних для виявлення трендів, прогнозування продажів і оптимізації бізнес-процесів. За допомогою ШІ можна створювати персоналізовані маркетингові кампанії, рекомендації продуктів та послуг. ШІ може допомогти у вдосконаленні управління ресурсами, включаючи енергію, матеріали і людський капітал. Технології ШІ можуть аналізувати ризики і виявляти потенційні загрози для малого та середнього бізнесу.



Рис. 4.7. Переваги використання ШІ у малому та середньому бізнесі

Упровадження ШІ дозволяє МСБ розвивати нові продукти та послуги, а також створювати нові бізнес-моделі, виходити на нові ринки і залучити нових клієнтів. ШІ допомагає автоматизувати фінансові операції, відстежувати фінансові показники і виявляти аномалії, знижує ймовірність людських помилок.

Інтеграція передових технологій ШІ надасть змогу МСБ конкурувати на рівні з більшими гравцями на ринку, за рахунок інновацій та покращення якості обслуговування. Завдяки цим перевагам, МСБ можуть покращити свою ефективність, зменшити витрати і підвищити якість обслуговування клієнтів, що сприяє загальному успіху та розвитку бізнесу.

4.4. Як залишатись на плаву у вік цифрових змін?

Таким чином, жоден сучасний бізнес не зможе довгостроково існувати без розробки стратегії цифрової трансформації. Ми спостерігаємо швидке прискорення тенденцій, які раніше розвивалися дуже повільно. Найімовірніше, саме ці тенденції визначатимуть майбутнє бізнесу в найближчі роки. Цифровізація послуг, так само як і цифровізація держави та технологій загалом, вже врятувала мільйони робочих місць і допомогла малому та середньому бізнесу адаптуватися до нових умов.

Ось низка стратегічних пріоритетів, які дозволять малому та середньому бізнесу зберігати конкурентоспроможність у час цифрових змін:

- ✦ впроваджувати сучасні технології у бізнес-процеси підприємства;
- ✦ встановлювати сучасне обладнання та програмне забезпечення;

- ✦ здійснювати фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікаціях;
- ✦ підвищувати продуктивність кожного співробітника і рівень задоволеності клієнтів;
- ✦ компанія здобуде репутацію прогресивної і сучасної організації.

Європейський Союз зацікавлений у розвитку цифровізації МСБ, адже саме цифровізація допомагає підвищити продуктивність і ефективність бізнесу, що, у свою чергу, сприяє економічному зростанню. Інноваційні технології дозволяють компаніям оптимізувати свої процеси та знижувати витрати. Для європейських компаній, які хочуть залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку, важливо впроваджувати новітні цифрові рішення. Цифрові інструменти та платформи дозволяють підприємствам швидше реагувати на зміни в ринковому середовищі та задовольняти потреби клієнтів.

Також цифровізація стимулює інновації та розвиток нових бізнес-моделей, що дозволяє європейським компаніям пропонувати нові продукти та послуги, відкриваючи нові ринки і можливості. Цифрові технології дають змогу компаніям забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів, персоналізуючи пропозиції та підвищуючи взаємодію з клієнтами через різні цифрові канали. Окрім цього цифрові рішення можуть допомогти зменшити негативний вплив на довкілля шляхом оптимізації ресурсів і зменшення викидів. Це відповідає екологічним цілям Європи та стратегії сталого розвитку.

Цифровізація включає впровадження передових систем безпеки, які допомагають захищати дані і інформаційні системи від кібератак і інших загроз. Використання цифрових технологій дозволяє автоматизувати рутинні завдання, що знижує витрати на робочу силу та покращує загальну ефективність бізнес-процесів. Розвиток цифрових технологій привертає інвестиції в інновації та стартапи, що сприяє створенню нових робочих місць і розвитку економіки. Тому Європа активно впроваджує такі технології, як штучний інтелект, великі дані і блокчейн, щоб поліпшити бізнес-процеси і створити нові можливості для компаній.

Без перебільшення можемо стверджувати, що цифровізація сьогодні є критично важливою для Європи, оскільки вона допомагає забезпечити стійке економічне зростання, покращити конкурентоспроможність і відповісти на сучасні виклики.

За останнє десятиліття Європейський Парламент затвердив низку важливих документів, які регулюють цифровий розвиток у Європі. Серед них:

- ✦ Європейська Конвенція з прав людини;
- ✦ Хартія основних прав ЄС;
- ✦ Загальний регламент захисту даних (Регламент (ЄС) 2016/679);
- ✦ Директива 2002/58/ЄС (Директива про конфіденційність та електронні комунікації);

- ✦ Директива (ЄС) 2016/1148 Європейського Парламенту та Ради від 6 липня 2016 року щодо заходів щодо високого спільного рівня безпеки мережевих та інформаційних систем у всьому Союзі;
- ✦ План дій ЄС з прав людини та демократії на 2020-2024 роки;
- ✦ Цифровий компас 2030: європейський шлях цифрового десятиліття;
- ✦ Пропозиція ЄС щодо регламенту, що встановлює гармонізовані правила щодо штучного інтелекту (Закон про штучний інтелект).

Уряди європейських країн та Європейський Союз здійснюють низку заходів для підтримки цифровізації малого та середнього бізнесу на законодавчому рівні. Насамперед це розроблення саме законодавчих рамок, як-от Єдиний цифровий ринок (Digital Single Market), який створює сприятливе середовище для електронної комерції, зменшуючи бар'єри та полегшуючи доступ МСБ до нових ринків. Також до таких законодавчих рамок відносимо General Data Protection Regulation (GDPR), що забезпечує захист даних та прозорість у використанні персональних даних, підвищує довіру до цифрових послуг. Окрім цього ЄС та національні уряди виділяють значні кошти на фінансування цифровізації МСБ за програмами Horizon Europe, Digital Europe Programme, у рамках програм Європейського фонду регіонального розвитку.

У напрямі підвищення рівня цифровізації успішно працює мережа центрів інновацій Digital Innovation Hubs (DIHs), метою якої є надання МСБ доступу до знань та технологій. Також у різних країнах Європи діють програми навчання та перекваліфікації для працівників МСБ. Країни ЄС надають податкові пільги та знижки для компаній, що інвестують у цифровізацію. Також реалізуються спеціальні програми для підтримки стартапів, які займаються цифровими технологіями, включаючи акселератори та інкубатори. Таким чином Європейський Союз та його держави-члени активно працюють над створенням сприятливого середовища для цифровізації МСБ через різноманітні фінансові, законодавчі та консультаційні заходи.

4.5. Висновки

Отже, цифрова трансформація є справді важливою для розвитку малого та середнього бізнесу як в Україні, так і в Європі. Серед довгострокових трендів використання цифрових інструментів можемо виділити такі як віддалений доступ та створення віртуальних офісів, автоматизацію виробничих процесів, використання електронної комерції й діджитал-маркетингу. Результати проведених досліджень дозволяють стверджувати, що серед європейських цифрових змін домінуючими є використання хмарних сервісів, штучного інтелекту, опрацювання великих даних.

Цифровий розвиток малого та середнього бізнесу (МСБ) в Україні може значно наблизити країну до Європи, адже цифровізація сприяє підвищенню продуктивності та ефективності бізнес-процесів. Це, у свою чергу, веде до зростання економіки та створення нових робочих місць. Інновації, пов'язані з цифровими технологіями, можуть також призвести до появи нових продуктів і послуг, що допоможе

українським компаніям стати конкурентоспроможними на європейському ринку. Окрім цього, впровадження сучасних цифрових технологій дозволяє МСБ оптимізувати витрати, покращити якість продукції та послуг, а також розширити ринки збуту. Це робить українські підприємства більш конкурентоспроможними на міжнародному ринку та сприятиме інтеграції України в європейський економічний простір. Цифровізація дозволяє українським компаніям інтегруватися в європейські цифрові платформи та мережі, що сприяє обміну знаннями, технологіями та ресурсами. Це також допомагає українському бізнесу відповідати європейським стандартам і нормам. Таким чином, цифровий розвиток МСБ є важливим кроком до економічної інтеграції України з Європою, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності, інноваційності та сталого розвитку країни.



Використані джерела:

<https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

<https://naurok.com.ua/urok-poshukova-optimizaciya-ta-prosuvannya-vebsaytiv-178355.html>

<https://www.statista.com/outlook/tmo/public-cloud/worldwide>

<https://www.stellarmr.com/report/Europe-Big-Data-Market/1222>

<https://www.linkedin.com/pulse/global-commerce-cloud-market-analyzed-business-growth-sandip-jagtap/>