

ПРИНЦИПИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Важливою ознакою сучасної успішної економіки є стрімке розповсюдження цифрових технологій. Проте це може складати небезпеку для більшості країн, що розвиваються. Саме до них відноситься Україна. Для будь-якої галузі виробничий потенціал і підтримка свого належного технологічного рівня є вкрай важливим національним пріоритетом для розвитку як певної промисловості, так і національної економіки в цілому. На початку Індустрії 4.0 зниження витрат вважалося однією з ключових переваг цифровізації. Тим не менш, промислові підприємства європейського простору відійшли від цього і отримали вигоду з цифровізації не лише за рахунок зниження витрат, а й за рахунок електронних мереж (53%) та клієнтоорієнтованості (51%), що є необхідним для розвитку сталого бізнесу у важкі часи ковідної кризи [1]. По суті, йдеться про орієнтовану на клієнта стратегічну трансформацію підприємства, яка потребує змін та впровадження цифрових технологій. Проводячи цифрову трансформацію промисловим підприємств, потрібно користуватися наступними принципами, щоб уникнути у майбутньому незлагодженості організаційних структур підприємства(рис1).

Рис.1 Принципи впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси промислового підприємства.

Швидкість і складність цифровізації підприємств можуть розмити межі міжнародних кордонів та переплетені кордони між державним і приватним підприємствами, підсилюючи національні регулятори. Це може упередити породження унікальних викликів при управлінні підприємствами. Щоб уникнути ризиків потрібно при плануванні, ще на стадії впровадження цифрових продуктів дотримуватися основних принципів, використовуючи досвід підприємств у європейському союзі. Отож, пропонуємо врахувати наступні принципи підбору цифрових продуктів: достовірність, сумісність, стійкість, надійність та безпека, всеосяжність, міжнародна співпраця, конфіденційність даних.

Перелік посилань:

1. Мазур Н.А., Цифрова трансформація економіки : мікро- та макроаспекти : колективна монографія. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 440 с.
2. Цифрова агенда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020) Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. Київ : ГС «Хай-тек офіс Україна», 2016. 90 с. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee-3c3922.pdf>
3. Merlo O., Eisingerich A. B., Auh S. Why customer participation matters. MIT Sloan Management Review.2014. Vol. 55. No. 2. P. 81–89.
4. Sandys L. MP. Consumers at the heart of markets. 2020. URL: <http://challengingideas.com/articles/2020-Laura-Sandys--Consumer-Paper>
5. The IMD World Digital Competitiveness Ranking 2022 results (2022). IMD World Competitiveness Center. URL: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitivenessrankings-2022/> (дата звернення 22.09.2023 р.)