

5. Huawei: official website. URL: <https://www.huawei.com/ru/>.

6. Huawei Investment & Holding Co., Ltd. Annual Report 2018. URL: https://www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2018rus/materials/annual_report_2018_ru_v2.pdf.

7. ICT goods categories and composition (HS 2019). URL: http://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimHS2019Prod-ucts_Ict_Hierarchy.pdf.

8. OECD Data. URL: <https://data.oecd.org/>.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Ма Мин, магистр экономических наук, аспирант кафедры международного бизнеса, Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск Республика Беларусь,
e-mail: maming@industrialpark.by

ДАНІ ПРО АВТОРА

Ма Мін, магістр економічних наук, аспірант кафедри міжнародного бізнесу,
Білоруський державний економічний університет,
м. Мінськ Республіка Білорусь,
e-mail: maming@industrialpark.by

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ma Ming, Master of Economic Sciences, postgraduate student of the Department of International, Business, Belarus State Economic University,
Minsk, Belarus,
e-mail: maming@industrialpark.by

УДК 332.05

<https://doi.org/10.31470/2306-546X-2021-49-21-30>

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО І ЦИФРОВИЙ БІЗНЕС: РОЗВИТОК ТА ЗМІНИ В УПРАВЛІННІ

Паламарчук О. М.,
Кліменко І. М.

Предметом дослідження є інноваційне підприємництво України та цифровий бізнес.

Мета дослідження – обґрунтувати особливості українського інноваційного підприємництва та розвитку цифрового бізнесу.

Методи дослідження. узагальнення, описовий, порівняння, методи абстракції, аналізу та синтезу, систематизації і узагальнення.

Методологія проведення роботи. У процесі дослідження означеної проблематики були взяті за основу: основні положення інноваційного підприємництва, цифрового бізнесу, глобальної економіки, праці відомих вітчизняних і зарубіжних вчених в означеній серії.

Результати роботи. Проаналізовано цільовий ринок крізь візуальний зріз векторів пошуку цільової аудиторії. Співробітники можуть використовувати сучасні інструменти для надання найкращих послуг у цифровому бізнесі, включаючи: доступність інформації та швидку оплату через POS; пошук клієнтів шляхом доступу до історії клієнтів на POS-пристроях; і продаж на основі інтелектуальних порад. У статті представлено візуальний зріз векторів пошуку цільової аудиторії для суб'єктів цифрового підприємництва та ключові цифрові інструменти, що використовуються у цифровому підприємстві.

Галузь застосування. Результати дослідження можуть бути використані в сфері вивчення проблем: цифрової економіки, глобальної економіки, міжнародної економіки, національної економіки.

Висновки. У статті проаналізовано та розкрито науково-економічні характеристики розвитку та зміни інноваційного підприємництва в умовах цифрової трансформації української економіки.

Ключові слова: цифровий бізнес, інноваційне підприємництво, науково-економічна фіча, управлінські зміни, цифрові технології, цифрова платформа.

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЦИФРОВОЙ БИЗНЕС: РАЗВИТИЕ И ИЗМЕНЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ

Паламарчук О. Н.,
Клименко И. Н.

Предметом исследования является инновационное предпринимательство Украины и цифровой бизнес.

Цель исследования – обосновать особенности украинского инновационного предпринимательства и развития цифрового бизнеса.

Методы исследования: обобщение, описательный, сравнение, методы абстракции, анализа и синтеза, систематизации и обобщения.

Методология проведения работы. В процессе исследования обозначенной проблематики были взяты за основу: основные положения инновационного предпринимательства, цифрового бизнеса, глобальной экономики, труды известных отечественных и зарубежных ученых в указанной серии.

Результаты работы. Проанализированы целевой рынок через визуальный срез векторов поиска целевой аудитории. Сотрудники могут использовать современные инструменты для предоставления лучших услуг в цифровом бизнесе, включая: доступность информации и быструю оплату через POS; поиск клиентов путем доступа к истории клиентов на POS-устройствах; и продажа на основе интеллектуальных советов. В статье представлены визуальный срез векторов поиска целевой аудитории для субъектов цифрового предпринимательства и ключевые цифровые инструменты, используемые в цифровом предпринимательстве.

Область применения. Результаты исследования могут быть использованы в области изучения проблем: цифровой экономики, глобальной экономики, международной экономики, национальной экономики.

Выводы. В статье проанализированы и раскрыты научно-экономические характеристики развития и изменения инновационного предпринимательства в условиях цифровой трансформации украинской экономики.

Ключевые слова: цифровой бизнес; инновационное предпринимательство; научно-экономическая фича; управленческие изменения; цифровые технологии; цифровая платформа.

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP AND DIGITAL BUSINESS: DEVELOPMENT AND CHANGES IN MANAGEMENT

Palamarchuk Oksana,
Klimenko Inna

The subject of the study is innovative entrepreneurship in Ukraine and digital business.

The purpose of the study is to substantiate the features of Ukrainian innovative entrepreneurship and digital business development.

Research methods. generalization, descriptive, comparison, methods of abstraction, analysis and synthesis, systematization and generalization.

Methodology of work. In the process of studying these issues were taken as a basis: the main provisions of innovative entrepreneurship, digital business, global economy, the work of well-known domestic and foreign scientists in this series.

Results of work. The target market is analyzed through a visual section of search vectors of the target audience. Employees can use modern tools to provide the best services in digital business, including: availability of information and fast payment via POS; search for customers by accessing customer history on POS-devices; and sales based on intellectual advice. The article presents a visual section of target audience search vectors for digital entrepreneurs and key digital tools used in digital entrepreneurship.

Field of application. The results of the study can be used in the study of problems: digital economy, global economy, international economy, national economy.

Conclusions. The article analyzes and reveals the scientific and economic characteristics of the development and change of innovative entrepreneurship in the digital transformation of the Ukrainian economy.

Keywords: digital business; innovative entrepreneurship; scientific and economic feature; managerial changes; digital technologies; digital platform.

JEL Classification: M13, M21, O31-33.

Постановка проблеми. Сучасний глобальний світ є багатограним. Він має характеристики постіндустріального та промислового методів виробництва. Постіндустріальний глобалізований світ є не тільки багатоплярним, але і багатовимірним кіберпростором, в якому немає зв'язку між гегемонією та звичним підпорядкуванням. У цьому наддинамічному середовищі виникають нові інституційні зв'язки: транснаціональні мережеві альянси інновацій та міжгалузеві кластерні мережі на базі інноваційних центрів.

Ступінь дослідження проблеми. На сучасне розуміння процесів формування та розвитку інноваційного підприємництва здійснили потужний вплив праці А. Пенті, А. Тоффлера, Дж. Гелбрейта, П. Друкера, Ю.Бажала, С. Бесараб, А. Гальчинського, Л. Михайлова, Л. Петренко, І. Павленко, І. Петрова, В. Семиноженка, Т. Сакайя, В. Соловійова, М. Сагайдак, М. Теплюк, Г.Швиданенко, Н. Чухраєва та інших [5]. В сфері інституціональної теорії досить плідно працюють українські науковці, які досліджують становлення цифрового підприємництва та е-бізнесу з урахуванням економічних умов та особливостей, що характерні для України. Але, разом з тим, значна кількість проблем функціонування підприємництва в частині його цифровізації та новітніх організаційно-управлінських змін залишаються недостатньо розкритими.

З огляду на роль, яку інноваційна сфера повинна відігравати в економічній системі, з точки зору економічного зростання, однією з найважливіших функцій інновації є генерація. Це продукування відбувається як за участі інститутів-норм (формальні та неформальні), так і інститутів-організацій.

Під впливом нових інтернет-технологій та онлайн-платформ світова економіка поступово «звільниться» і позбудеться різноманітних перешкод, визначатиметься особливою «просторовою пластичністю» і буде розрахована на потужність комунікацій та рушійну силу інновацій. Вже сьогодні для економік різних країн притаманні кластерність, прямий зв'язок між економічними учасниками, колективний спосіб реагування, гіпермінливе інституціональне середовище [1].

Сьогодні активна цифровізація економіки в Україні «зацепила» всі сфери бізнесу. Його суб'єкти, націлені на тривалий успіх і розвиток, змушені приймати виклики сучасної економіки - лише так вони можуть стати лідерами. Допомогти їм в цьому може цифрова трансформація.

Мета дослідження полягає у вивченні сутності інноваційного підприємництва і цифрового бізнесу, визначення їх як елементів організаційно-економічної системи та встановлення напрямів подальшого стратегічного розвитку економіки України в цілому.

Виклад основного матеріалу. В умовах глобального бізнесу дедалі гострішою є проблема формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Західні корпорації приходять на український ринок і своїм іміджем, визнаністю бренду витісняють з ринку менш популярні українські підприємства або ж купують їх активи, інтегруючись в нашу економіку. Це природньо, оскільки зазвичай продукція іноземних виробників якісніша, надійніша, забезпечує повніше задоволення потреб споживачів.

Інноваційний напрямок підприємницької діяльності гарантує для суб'єктів господарювання конкурентні переваги, забезпечує їм зміцнення ринкових позицій, а отже сприяє економічному розвитку тих країн, які підтримують і мотивують розвиток інноваційного підприємництва. Очевидним є те, що держава повинна не лише підтримувати чи стимулювати інноваційний розвиток вітчизняних компаній, більш того, вона повинна заохочувати їх до інноваційної діяльності [2].

Інноваційне підприємство слід розглядати як підприємство, що: здійснює комплексне новаторство; здійснює науководослідні та дослідно-конструкторські роботи, та/або здійснює закупівлі нових продуктів та/або технологій; на систематичній основі впроваджує нові науковотехнічні рішення у новий чи удосконалений продукт, та/або технологічний процес, та/або організацію діяльності; має високий рівень фінансування інноваційної діяльності; володіє правами інтелектуальної власності; розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти, обсяг випуску яких у грошовому вимірі перевищує 70% його загального обсягу виробництва. У цілому успішний світовий досвід формування ефективної інноваційної політики розвитку підприємства характеризується такими рисами [6]:

- відмовою від традиційної лінійної моделі, орієнтованої на пропозицію в ланцюжку «наукові дослідження – трансфер знань і технологій підприємцям – інновація», і переходом до нелінійної моделі, яка передбачає складну системну взаємозалежність зазначених елементів і орієнтацію інновацій на попит (як національний, так і глобальний);

- сприянням бізнесу, який виступає системним інтегратором науково-технічних та інвестиційних рішень, у процесі реалізації великих інноваційних проектів і, відповідно, підвищенням якості інститутів (норми, правила і закони), що забезпечують зацікавленість в інноваціях;

- урахуванням національних особливостей економічного і соціальнополітичного історичного розвитку країни, формують НІС, структура якої постійно трансформується відповідно до нових потреб і можливостей.

Інноваційна діяльність є ризиковим видом підприємництва, вимагає великих разових витрат, які не завжди окупаються. Тому існує актуальна потреба в страховому захисті ризиків інноваційної діяльності як засобу зниження фінансових втрат інвесторів у випадку невдалої реалізації проектів [7].

Та ми поділяємо наступне тлумачення інноваційної підприємницької діяльності, за яким – це реалізація особливих здібностей індивіда, які проявляються в раціональному поєднанні факторів виробництва на основі інноваційного ризикового підходу. Підприємець використовує у виробництві нову техніку та технології, по-новому організовує працю, по-іншому здійснює керівництво, що призводить до зниження індивідуальних витрат виробництва, на базі яких встановлюється ціна. Він максимально ефективно налагоджує маркетингову діяльність, більш точно визначає ринок, на якому вигідніше всього закуповувати засоби виробництва, точніше прогнозувати, в який час і на якому сегменті ринку виявиться найбільший платоспроможний попит на випущений продукт. В результаті він отримує більше прибутку, ніж звичайні бізнесмени. До того ж підприємець постійно ризикує. Він не уникає ризику, як це за звичай робиться, та йде на нього свідомо, для того що б отримати більший дохід ніж інші, тобто своєрідну компенсацію за ризик [9].

Тема цифрової трансформації в Україні викликає змішані почуття. Велике непахане поле можливостей – на це можна дивитися як на велику можливість (із оптимізмом), так і з песимізмом, бо потрібні титанічні зусилля для змін. Уроки зі світової практики дають надію.

Україна ще далеко від лідерів світової цифрової економіки у цивілізаційному контексті, проте місцеві компанії вже роблять якісні кроки у своїй трансформації, а закордонні експерти бачать у місцевій екосистемі хороший потенціал. Попит (від бізнесу) та пропозиція (від інноваційної екосистеми) у сфері цифрової трансформації виглядають збалансованими, проте на низькому рівні.

Найбільше відставання України від країн, які можна вважати лідерами цифрової трансформації – у цивілізаційному розрізі. Поки місцеві діджитал спеціалісти переходять від обговорення тем «який фреймворк для програмування кращий» та «аутсорс чи власні продукти», Німеччина, Великобританія та Франція вже давно переступили фазу розвитку просто продуктів. Вони вибудовують глибокі компетенції у

цифрових трендах і навчилися приземляти ці тренди на стратегічні потреби своєї економіки. Китай та США грають у зовсім іншій лізі: вони намагаються стати тією силою, яка визначає вектор цифрового розвитку [8].

Ці спостереження підтвердилися на Київському Міжнародному Економічному Форумі у жовтні 2020. Занадто часто діджитал згадували лише в контексті технологій та винахідництва, а не бізнес-моделей та імплементації. У порівнянні з українськими гостями, які найчастіше торкалися неглибинних і абстрактних тем, іноземні спікери були як холодний душ: чітке візіонерство, конкретні приклади, глибинне розуміння теми цифрової трансформації. Тобто Україні банально не вистачає глибини та масштабу думки. Що цікаво, від місцевих інвесторів декілька разів пролунала теза про готовність підтримувати локальні проекти, якщо вони почнуть мислити масштабніше.

Все ж, українським компаніям вже є, що розповісти. Rozekta, Petcube, Genesis, MacPaw, Grammarly, SmartFarming, Monobank – ось дуже малий список компаній цифрової епохи, за які перед глобальними лідерами можна пішатися. Окрім того, декілька корпорацій вже активно працюють з інноваційними командами та екосистемою (Raiffeisen Bank Aval, FUIB, МНП, Kyivstar, DTEK, UKRSIBBANK, Philipp Morris International). Закордонні експерти відзначають, що технологічні спеціалісти в Україні дуже якісні, а ціна на такі послуги є для них привабливою.

Урок Німеччини: перевтілення головного цифрового лузера. Німеччина потрапила у полон свого індустріального успіху та проспала прихід цифрової ери. Проте місцевому бізнесу вдалося почати радикальний розворот за рахунок співпраці інноваційного (діджитал) сектору та індустріальних компаній.

Після Другої світової війни Німеччина видала економічне чудо за рахунок важких індустрій та приватним підприємствам середнього розміру (Mittelstand). До появи інтернету та пов'язаної із ним зміни глобального суспільства, німці купалися у плодах власного інженерного успіху. Їм залишалося тільки покращувати інженерні характеристики своїх автомобілів, кранів, газонокосилок [3].

Проте світ змінився. Інтернет та смартфони в рамках одного покоління радикально змінили користувацький запит. Людей почало цікавити переміщення від А до В, а не автомобіль. Люди почали користуватися, а не володіти. Продажі робляться онлайн. OPEX витісняє CAPEX.

Зовсім епічний приклад: користування роботизованими газонокосилками Bosch було болем навіть для патріотів (поставити стовпчики під правильним кутом і тільки на рівній поверхні, налаштування займало 15 хвилин), у той час як китайські чи американські конкуренти, фокусуючись на користувацькому досвіді, а не інженерних технологіях, за кілька хвилин підключалися до інтернету, підтягували карту та майже без інтервенцій користувачів починали роботу.

На глобальній сцені німецький автопром почала з'їдати Tesla. Вдома, німецький рітейл страждав від нападу Amazon. 20-річний цифровий банк перевершив біржову оцінку кількавікового Deutsche Bank (маючи у десятки разів привабливіші фінансові результати на кшталт ROE). За якістю та реальною швидкістю інтернету Німеччина більше нагадує бананову республіку (ситуація стає ще гіршою, коли smart-заводи не можуть забезпечити для своєї автоматизованої роботи необхідну ширину каналу). Жодна з компаній-лідерів цифрової трансформації не є німецькою.

Із цієї сумної ситуації економіка знайшла вихід: інновації та співпраця із стартап-екосистемою. Загрози перекаваліфікували на можливості [10].

Одним із факторів була потужна стартап-екосистема. За 18 років німці перейшли від примітивного копіювання американських моделей дотком-ери до виробництва власних продуктів. Стартаперські навички, здобуті в інтернет-бізнесі, дуже вдало масштабувалися на глибші технології та індустріальні виклики.

Іншим було усвідомлення бізнесом важливої ролі інновацій. Замість війни проти стартапів, лідери почали з ними співпрацювати. Це дало їм велику цінність: нові підходи до роботи, нові джерела заробітку із кращою маржинальністю, дешеві та деризиковані експерименти над проривними технологіями, доступ до молодих талантів, контроль над ширшим ланцюгом доданої вартості [11]:

- Для Bosch, стартапери (разом із консультантами) створили нову компанію Coup – прокат електроскутерів, яким швидко завалило увесь Берлін (а сама компанія дала Bosch можливість заробляти із набагато вищими margins).

- Усвідомивши, що туристичну індустрію з'їдають підприємці, які до того в ній зовсім не працювали, Lufthansa створила незалежний Innovation Hub, який вже запустив 17 проектів (власних стартапів та партнерств), постійно досліджує зміни в індустрії, веде просвітницьку роботу із персоналом та регулярно збирає нагороди за найкращу інноваційну лабораторію.

- Навіть виробник котлів Viessmann не пройшов повз і створив декілька зовнішніх інноваційних лабораторій, які досліді із технологіями у property tech та deep/industrial tech перетворюють і на внутрішні проекти, і на стартапи, які для Viessmann заробляють гроші.

- Усі автовиробники планують у найближчі 3 роки випустити електромобілі та довести технологію автономного водіння до комерційного використання.

- Останній рік цифровий порядок денний гаряче дискутується вже на політичному рівні. Діджитал ще не став основним імперативом економіки, проте успіх трансформації багатьох індустріальних гігантів спонукав керівників з усіх галузей до аналізу можливостей (а не загроз) цифрової ери.

Можливість для України. Використовуючи потужний технічний фундамент та традиційні сектори економіки, Україна може повторити шлях цифрових лідерів та опинитися серед країн, де цифровий сектор

розвивається найактивніше. У цьому процесі важливо стимулювати розвиток інноваційної екосистеми через інфраструктуру, культуру та міжнародні зв'язки.

«Нація інженерів», «музей технологій», «збиральних цех» – такими словами описують Німеччину цифрові візйонери та бізнес-лідери. Що цікаво, дуже схожі формулювання звучать від місцевих діячів і про Україну. Між обома країнами можна знайти багато паралелей – як-от великий та застарілий «традиційний» сектор, який сфокусувався на технологіях, а не бізнесі – а разом із тим і можливість для України.

Найперша зміна – культурна. Прийняття того, що цифрова трансформація знищує більшість традиційних підходів до бізнесу. Ставлення до цифровізації як можливості та основного фактора конкурентоспроможності, а не загрози.

Друга зміна – стратегічна. На макрорівні потрібно об'єднати діджитал потенціал із секторами економіки, визначивши low-hanging fruits: де є незакриті ніші та де вже зараз Україна може стати одним із лідерів. На рівні компаній потрібно почати працювати з відкритими інноваціями, долучаючи до вирішення власних потреб інноваційну екосистему.

Третя зміна – інфраструктурна. Версій, що тут можна робити, дуже багато. Одна з точок зору – розділити це на генерування ідей (підприємницька культура, навички визначення і комерціалізації бізнес-можливостей) та підтримку бізнесів (капітал, менторство, акселератори, правова система).

Четверта зміна – глобальна. Україна повинна інтегруватися у світовий економічний контекст як суб'єкт. Стартапи повинні запускатися із глобальною амбіцією (бути найкращими у світі та обслуговувати інтереси світової аудиторії). Володіння англійською мовою має бути конституційним обов'язком. Економіка має використовувати не свою дрібну, а глобальну наративу (практичну та масштабну). Цінним є обмін досвідом із іншими екосистемами [5].

Західний світ вже багато років серйозно обговорює digital transformation та заробляє на цьому гроші. В Україні дане явище повноцінно не розуміють. Перші речі, про які думають майже усі, коли чують термін «цифрова трансформація» – це нові технології, Slack замість факсів, вихід брендів у соціальні медіа. Правда ж полягає у тому, що цифрова трансформація – це набагато ширше, загальне явище.

Безумовно, цей процес пов'язаний в першу чергу із прискореним розвитком нових цифрових технологій. Звідси й назва. Як і в індустріальну революцію. Аналогія цілком доречна: індустріальна революція не просто технологізувала виробництво. У цей період змінилися соціально-економічні парадигми, виникли нові професії та поведінки. Схожа ситуація відбувається і зараз.

Цифрову трансформацію можна уявити як зміни, які спричинені трьома взаємопов'язаними силами: нові технології, нові бізнес-моделі, нові звички рис.1.

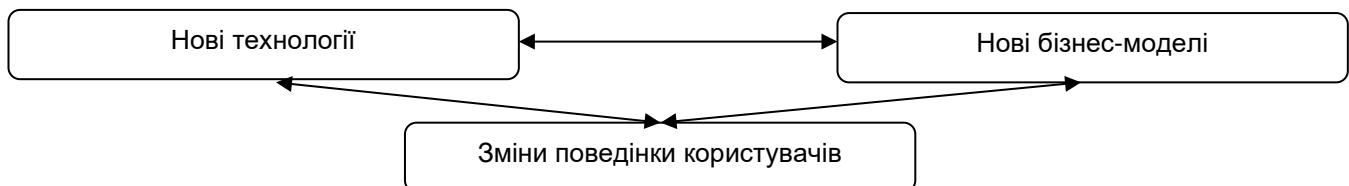


Рисунок 1. Сили цифрової трансформації

Джерело: власна розробка.

Це ми візьмемо за визначення цифрової трансформації на макрорівні. На мікрорівні, тобто на рівні підприємств, цифрова трансформація компанії – це загальні зміни в компанії, спрямовані на адаптацію до нового статусу кво цифрової епохи.

А тепер до популярного – що ж таке інновації? У ширшому сенсі – це дії компанії по впровадженню нових продуктів, практик, процесів, культури тощо.

Інноваційна діяльність є фундаментально важливим рецептом успішної адаптації в епоху цифрової трансформації

Цифрова трансформація змінює традиційні засади ведення бізнесу.

Причин цьому виділяють декілька:

1. Здешевлення запуску нових технологічних бізнесів.
2. Пришвидшення темпів поширення нових технологій
3. Ефективна робота з даними (insights) для прийняття управлінських рішень
4. Гнучкість сучасних компаній, зумовлена новими стилями роботи і фокусуванні на користувацьких потребах, а не на продуктах [11].

Одним із класичних прикладів цифрової трансформації є банки. Нові покоління користувачів виросли зі звичкою отримувати усе онлайн, 24/7, з дивану та через смартфон. Цю поведінку сформували нові технології (інтернет, смартфони) та пов'язані із цим нові бізнес-моделі (Uber). Поки банки ігнорували ці потреби, молодь наросила капітал, стала привабливою для банків, але пішла до...

...не пішла вона до відділення, а почала шукати і знайшла сервіси для своїх фінансів. У fintech стартапів, які використовують хмарні технології, штучний інтернет, гарний дизайн, фокус на релевантних послугах і останні багато років наводили страх на банки, бо ті стрімко втрачали нові ринки.

Одне з останніх фіаско традиційних підходів – оцінка 19-річного німецького fintech Wirecard перевищила оцінку світового титана Deutsche Bank. Wirecard вчасно розпізнали можливість бути не банком, а, фактично, здавати в оренду свою банківську інфраструктуру під розробку послуг тим, хто володіє стосунками з клієнтом набагато краще (стартапам, рітейлу) [4].

Західна практика дійшла до того рівня, коли цифрова трансформація для компаній – це певний шлях, який складається із відомих етапів рис. 2. Хоч кожна компанія проходила його по-різному, загальний малюнок в усіх був схожий.

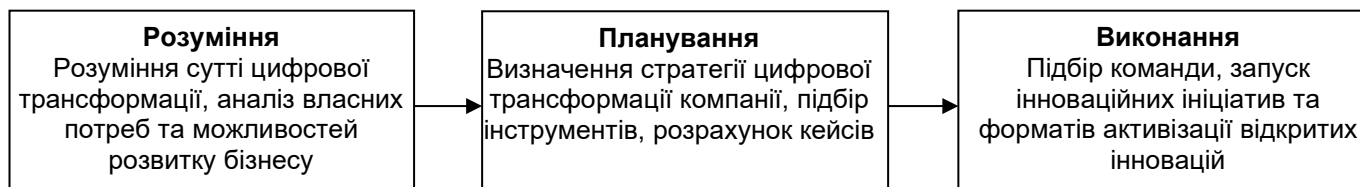


Рисунок 2. Етапи цифрової трансформації для компанії

Джерело: власна розробка.

На усіх стадіях надважливу роль відіграє робота з відкритими інноваціями (тобто такі, що приходять ззовні). Відома управлінська мудрість каже: «Ким би ти не був, найкращі люди працюють не на тебе». Не використовувати можливість залучити зовнішні сили до інновацій (будь це самі клієнти, університети, дослідники, стартапи чи навіть конкуренти) вважається марнотратством [11].

У вищенаведених прикладах стартапи або ж підірвали індустрію (Napster, N26), або ставали партнером у спробах корпорацій адаптуватися (Spotify).

Тому майже усі інноваційні підрозділи світових корпорацій фокусуються на роботі зі стартапами, а світила інноваційних та підприємницьких наук вважають їх новим корпоративним R&D.

Як наслідок, популярності набирають innovation outposts/labs/hubs – відокремлені організації, які у різних форматах співпрацюють зі стартапами, а також іншими можливими учасниками інноваційного процесу (наприклад, університетами). Разом зі стартапами, ці корпоративні команди будують нові продукти, змінюють процеси всередині, відкривають нові ринки, у стартапів вчать, використовують їх як радар майбутнього, або ж банально «скупають» талант та заробляють на продажах часток. Деякі корпорації навіть будують власні стартапи!

Українські компанії, розуміють навіщо нові технології, але лише пошепки згадують (якщо взагалі розуміють), що найбільша загроза – це нові соціо-економічні моделі, спричинені прогресом. Бо вплив останнього на bottom line або нескоро прийде, або незрозумілий. Чим вища позиція – тим менше страху це сказати, але від цього не менше скепсису стосовно того, що потрібно намагатися перебудувати компанію та змінити засади роботи, а не просто бути агресивнішим із конкурентами.

Деякі компанії почали рухатися у правильному напрямі. FMI Ukraine впроваджують передове інноваційне мислення в організації і мають привабливі результати (як розповідають колеги по цеху – Braintuition). Varvar дуже майстерно керують своїми продуктами за принципами, схожими на Google. Radar Tech допомагає класним командам у Київстар, UKRSIBBANK, МХП, ДТЕК шукати стартапи для вирішення реальних проблем власного бізнесу (і яких ми як Civitta підтримуємо в цьому) [10].

Відповідь криється у простій послідовності. Даним шляхом пройшла велика кількість як традиційних, так і молодих підприємств, які досягли успіху у цифрову еру рис. 3.

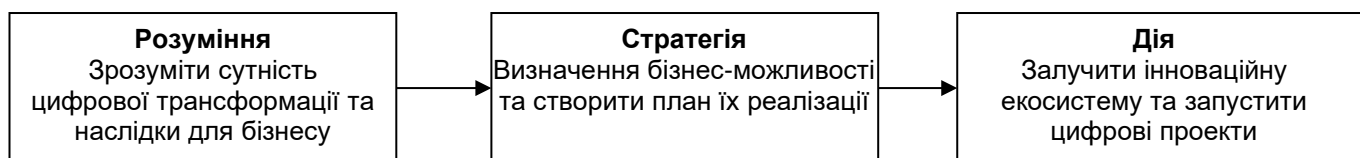


Рисунок 3. Шлях до цифрової трансформації

Джерело: власна розробка.

Культура. Особливо важливо сприймати діджитал та інновації не як загрозу, а як нову бізнес-можливість. Розуміння самої лише ментальної зміни недостатньо для того, щоб влитися у цифрову еру. Це можна зробити, глибоко зрозумівши сутність діджитал і зробивши висновки для себе та бізнесу.

Перша рекомендація знаходиться на межі із культурою: залишити колишні успіхи позаду. Те, що робило компанії чемпіонами вчора, не допоможе завтра (а часом і потопить, як Kodak).

Як власникам чи керівникам, так і працівникам інших ланок має бути зрозумілим, куди реально йде світ та як суміжні (або навіть нерелевантні) вертикалі вріваються та з'їдають бізнес. Гарним прикладом слугує автоіндустрія, де виробники конкурують вже не тільки (і скоро - не стільки) між собою, скільки із Google/Waymo та Uber.

Шлях до просвітлення лежить через пізнання себе. Вже маючи певну теоретичну підготовку, компанії можуть по-новому поглянути на свій бізнес, визначивши потреби у діджитал та нові можливості, які

допоможуть зекономити/заробити/вийти на нові позиції за рахунок технологічних інновацій. У цьому, до речі, ми своїм свіжим поглядом допомагаємо нашим клієнтам. Це процес можна додатково збагатити, проаналізувавши світовий ландшафт діджитал-можливостей і радикальних змін у бізнесі [6].

Стратегія. Будучи зарядженими практичними знаннями про себе та цифрову трансформацію, бізнес готовий до стратегічних вправ. Стратегія важлива, бо слугує дороговказом і дає інструменти оцінки успішності.

Великі та довгі стратегії не працюють. Вихідні припущення змінюються швидше, ніж дописується стратегія на них. Тому основна стратегія бізнесу повинна мати механізми для гнучкості, адаптації, перегляду напрямів розвитку.

Стратегія бізнесу має будуватися навколо цифрових моделей – нові технології потенційно змінять бізнес-модель та операційну модель.

Інновації повинні бути частиною стратегії. Будь-який бізнес має приділяти увагу трьом сферам – покращення існуючого бізнесу, нові та дотичні сфери діяльності, підривні інновації. Інструменти, пропорції – це залежить від потреб та можливостей кожної компанії, але наявність усіх трьох фокусів обов'язкова [9].

Дії. Приготувавши сильний понятійний та стратегічний фундамент, бізнесам стає набагато легше почати втілювати інноваційні бажання у життя. Нерідко після адаптації стратегії до цифрових змін компанії розуміють, що не можуть їй слідувати, бо не мають необхідних здібностей (компетенцій, інструментів). Це вирішується наступним чином [3]:

- Підтримка згори. CEO, власники та правління повинні стати не тільки адвокатами, а й адептами трансформації, надихаючи решту організації

- Інноваційна культура. Толерантність до експериментів, ризиків. Невдачі як навчання. Особливо важливим є стимулювання корпоративного підприємництва.

- Команда. Окрім підвищення кваліфікації працівників у темах діджитал та інновацій, провідні компанії створюють інноваційні підрозділи та наймають людей нового типу (digital natives) із потрібними навичками. Цей процес може бути шоком для закоренілої традиційної культури компанії, тому керівництво має із до цього підійти із ретельністю та толерантністю

- Зовнішня підтримка. З одного боку, в Україні вже є досить активна інноваційна екосистема, яка працює над проривними технологіями, новими продуктами та покриває значну частину ланцюга доданої вартості. З іншого боку, у країні є декілька консультантів, які компетентні у темах цифрової трансформації та інновацій і допомагають зорієнтуватися.

- Постійна самоактуалізація компанії (розбудова нових навичок, спостереження за трендами, актуалізація стратегії).

Для старту, українські бізнеси можуть сфокусуватися на наступному:

- Розібратися у тому, яку цінність для власної компанії несуть інновації та які цифрові тренди впливатимуть на бізнес у майбутньому. Хорошими ресурсами для цього є CB Insights, K750, звіти WEF та великих консалтингових компаній, Civitta як консультант, а найближчим часом – Digital Transformation Institute як платформа для інформування та співпраці.

- Запустити інструменти для роботи із інноваціями. Допоможуть у цьому корпоративні акселератори Radar Tech, 1991, платформа ідей Re:actor, команди Unit.City, Civitta, Braintuition.

- Долучатися до ініціатив по розвитку галузі та релевантних технологій. Платформи наприклад Agrohub або АППАУ, конференції, загальноіндустріальні стартап-акселератори та хакатони.

- Набратися міжнародного досвіду. Поїхати до одного з інноваційних епіцентрів (Силіконова Долина, Лондон, Берлін, Тель-Авів, Пекін, Париж) та провести максимальну кількість зустрічей із місцевими старатпами, інвесторами, інноваційними командами великих бізнесів, відвідати заходи, присвячені інноваціям.

- Зробити quick wins. Знайти та провести невеликі і визначні цифрові проекти (навіть такі прості, як цифрові інтерфейси). Вони допоможуть здобути довіру до digital всередині компанії.

Із зазначеного стає зрозумілим, що новий підхід до бізнес-моделі дозволяє: проводити значно більше часу з покупцем, а не за комп'ютером; передбачати очікування покупців; суттєво зменшувати капітальні й операційні витрати; збільшувати частку ринку і ріст продажу; надавати всебічне та глибоке вирішення проблем через різні доступні канали зв'язку (сайти, мобільні додатки) [8].

За цих умов, партнером майбутнього для традиційного бізнесу може стати SMART business, що надає консультаційні послуги по вибору, розробці, навчанню і супроводу ERP та CRM систем, а також послуги в сфері впровадження систем управління лінії Microsoft Dynamics, Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics NAV, Microsoft Dynamics CRM для компаній різних форм власності, масштабів та галузей (рис. 4) [8].

Здійснення бізнесу на основі функцій Microsoft Dynamics CRM дає низку переваг, серед яких: можливість навчання (надання матеріалів, екзаменування, аналіз кращого досвіду), отримання покупцями досвіду (оцінювання досвіду покупок, формулювання висновків, вирішення задач), вимірювання бізнесу (статистика продажу, маркетингові компанії), мультиканальність (цифрові канали, телефонія), мотивація (особисті цілі, командні задачі).

Найбільше задоволення для сучасних покупців - індивідуальний купівельний досвід, якого можна досягти: використовуючи технології, що підказують найкращі подальші дії; постійно аналізуючи поведінку, відгуки і семантику клієнта, пропонуючи нові товари та послуги; надаючи покупцям цифрового помічника для прийняття рішення й скорочення циклу покупки [4]. Підвищення лояльності покупців через омніканальний

споживчий досвід сприяє нарощуванню їх безцінного досвіду в офлайн і цифрових каналах, росту задоволеності клієнтів завдяки однаковим крос-канальним транзакціям, підвищує конвертацію через індивідуальний підхід.

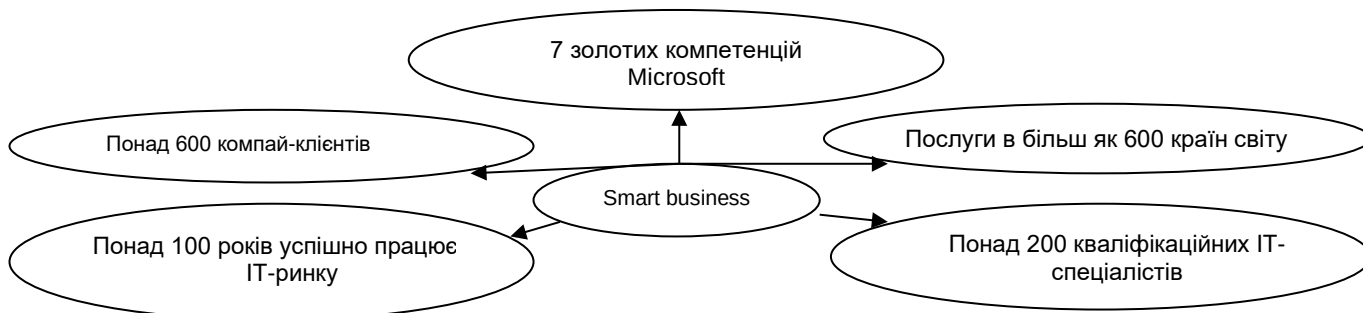


Рисунок 4. SMART business – IT-рішення для бізнесу в Україні та світі в умовах цифровізації економіки
Джерело: власна розробка.

Найбільше задоволення для сучасних покупців - індивідуальний купівельний досвід, якого можна досягти: використовуючи технології, що підказують найкращі подальші дії; постійно аналізуючи поведінку, відгуки і семантику клієнта, пропонуючи нові товари та послуги; надаючи покупцям цифрового помічника для прийняття рішення й скорочення циклу покупки [4]. Підвищення лояльності покупців через омніканальний споживчий досвід сприяє нарощуванню їх безцінного досвіду в офлайн і цифрових каналах, росту задоволеності клієнтів завдяки однаковим крос-канальним транзакціям, підвищує конвертацію через індивідуальний підхід.

Персонал суб'єктів бізнесу може створити для покупців унікальний досвід шляхом [11]:

1. Створення «теплової карти» на основі поведінки в магазині й адаптації її для збільшення конверсії і продажу.

2. Оптимізації простору на полицях з актуальними цінами та промо.

3. Інформування співробітників, що у покупців є запитання чи сумніви щодо товару/послуги.

4. В свою чергу, це дозволить удосконалити (перетворити, адаптувати) товари/послуги, щоб створити нову цінність для покупців: помічати і визначати їх уподобання з різних джерел та пропонувати найбільш прийнятні товари зі складу; дати можливість їм випробувувати, моделювати та підбирати товар у місці покупки; агрегувати й аналізувати наміри по всій «воронці продажу» для точкового налаштування шляху покупця.

Нове розуміння продажу в сучасному цифровому світі представлено на рисунку 3. Серед сучасних інструментів, які співробітники можуть використовувати для надання найкращого сервісу є: доступність інформації і швидкий розрахунок з POS; здійснення клієнтури шляхом доступу до історії клієнтів на POS-пристроях; продаж на основі інтелектуальних рекомендацій.

Висновки. Отже, зміни в бізнес-моделі з точки зору її оцифрування збільшили лояльність споживачів завдяки багатоканальному досвіду; дозволили працівникам надавати популярні послуги; спростили щоденну роботу; дозволили управляти стратегічним плануванням та продажами; забезпечили інтеграцію з управлінням ланцюгами поставок; уніфікували бізнес-процеси за допомогою різних каналів зв'язку (веб-сайти, каталоги, мобільні програми, контактні центри, соціальні медіа).

Тільки за умови сприятливої загальної соціальної ситуації, якісної роботи в комерційних організаціях, ринкових відносин та особистої свободи підприємців (тобто «здорової» особистої незалежності підприємців), підприємництво може здійснюватися на ефективному рівні економічної цифровізації. На думку підприємців, це буде найбільш ефективним, результативним і вигідним рішенням. Бізнес-середовище, слід визначати як загальну економічну ситуацію, яка включає економічну свободу, існування бізнес-груп, домінуюче становище ринкових економічних зв'язків, здатність формувати венчурний капітал та використання необхідних ресурсів, а також наявність інноваційної інфраструктури. У сучасних складних економічних умовах, створення та розвиток цифрової інфраструктури та інновацій, вимагають від діяльності її учасників інтеграції та координації в пріоритетних сферах соціально-економічного розвитку країни. Спільними діями доцільно вирішувати питання організації роботи в науково-технічній сфері, функціонування системи захисту інтелектуальної власності, інформаційного забезпечення.

Список використаних джерел

1. Звіт «Цифрові технології 2020» (Digital 2020). URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media#>

2. Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації від 17 січня 2018 р. № 67-р. Законодавство України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.

3. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. Грудень, 2016. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/249575382>

4. Як цифрові технології впливають на світ і Україну. URL: <https://sergioshtogryn.blogspot.com/2018/06/blog-post.html>
5. Britchenko I., Kraus, N., Kraus, K. University innovative hubs as points of growth of industrial parks of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 4 (31). 2019. 448–456.
6. Fadeev, V. Yu. «The potential of entrepreneurship in an innovative economy». *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova*, 4. 2012. pp. 34–40.
7. Інтернет-торгівля як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2017. 514 с.
8. Okryshko V. Ya. «Development of innovative ability of national economy», *Problemy sovremennoy ekonomiki*, 4. 2009, pp. 34–36.
9. Антохов А. А. Інноваційний розвиток економіки України через призму зарубіжного досвіду. *Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського: зб. наук. праць*. № 2 (5), 2015, С. 7.
10. Бурлуцький А. Споживач майбутнього – який він і як задовольнити його потреби? *Digital Evolution Forum*. URL: <https://deforum.com.ua/#2018>.
11. Голобородько О. П., Краус, Н. М., Краус, К. М. Діагностика впливу R&D сектора вищої освіти на інновації підприємств в Україні. *Ефективна економіка*, 2019, URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6817>.

References

1. Zvit «Tsyfrovi tekhnolohii 2020» [Digital Technologies 2020 Report] (Digital 2020). URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billionpeople-use-social-media#>
2. Kontseptsii rozvytku tsyvrovoi ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018-2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii vid 17 sichnia 2018 r. № 67-r. [Concepts of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 and approval of the action plan for its implementation from January 17, 2018 № 67-p.] *Zakonodavstvo Ukrainy – Legislation of Ukraine*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.
3. Tsyfrova adzhenda Ukrainy – 2020 («Tsyfrovyi poriadok denniy» – 2020). *Kontseptualni zasady (versii 1.0). Pershocherhovi sfery, initsiatyvy, proekty «tsyfrovizatsii» Ukrainy do 2020 roku [Digital Agenda of Ukraine - 2020 («Digital Agenda» - 2020). Conceptual principles (version 1.0). Priority areas, initiatives, projects of «digitalization» of Ukraine until 2020]*. December, 2016. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/249575382>
4. Iak tsyfrovi tekhnolohii vplyvaiut na svit i Ukrainu [How digital technologies affect the world and Ukraine]. URL: <https://sergioshtogryn.blogspot.com/2018/06/blog-post.html>
5. Britchenko, I., Kraus, N., Kraus, K. (2019). University innovative hubs as points of growth of industrial parks of Ukraine. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii i praktyky – Financial and credit activities: problems of theory and practice*, 4(31). 448–456.
6. Fadeev, V. Yu. (2012). The potential of entrepreneurship in an innovative economy. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova*, 4. 34–40.
7. Internet-torhivlia yak zasib pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv v umovakh hlobalizatsii. *Teoretychni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Internet commerce as a means of increasing the competitiveness of enterprises in the context of globalization. Theoretical, methodological and practical aspects of enterprise competitiveness] monohrafiia, za zah. red. O. H. Yankovoho*. Odessa: Atlant, 2017. 514 p.
8. Okryshko V. Ya. «Development of innovative ability of national economy», *Problemy sovremennoy ekonomiki*, 4. 2009, pp. 34–36.
9. Antokhov, A. A. (2015). Innovatsiinyi rozvytok ekonomiky Ukrainy cherez pryzmu zarubizhnogo dosvidu [Innovative development of Ukraine's economy through the prism of foreign experience]. *Scientific Bulletin of MNU. V.O. Sukhomlinsky: Coll. Science*, № 2 (5), p. 7.
10. Burlutsky, A. (2018). Spozhyvach maibutnoho – yakyi vin i yak zadovolnyty yoho potreby? [Consumer of the future - what is it and how to meet its needs?]. *Digital Evolution Forum*. URL: <https://deforum.com.ua/#2018>.
11. Goloborodko, O. P., Kraus, N. M., Kraus, K. M. (2019). Diahnostyka vplyvu R&D sektora vyshchoi osvity na innovatsii pidpriemstv v Ukraini [Diagnosis of the impact of R&D of the higher education sector on enterprise innovation in Ukraine]. *Efficient Economy*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6817>.

ДАНІ ПРО АВТОРІВ

Паламарчук Оксана Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» вул. Сухомлинського, 30, м. Переяслав, 08401, Україна
e-mail: oxanapalamarchuck@ukr.net
orcid.org/0000-0003-3267-0917

Кліменко Інна Миколаївна, викладач кафедри економіки ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» вул. Сухомлинського, 30, м. Переяслав, 08401, Україна
e-mail: klimenkoinna91@ukr.net

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Паламарчук Оксана Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды» ул. Сухомлинского, 30, г. Переяслав, 08401, Украина
e-mail: oxanapalamarchuck@ukr.net

Клименко Инна Николаевна, преподаватель кафедры экономики ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды» ул. Сухомлинского, 30, г. Переяслав, 08401, Украина
e-mail: klimenkoinna91@ukr.net

DATA ABOUT THE AUTHORS

Palamarchuk Oksana, Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Pereiaslav-Khmelnytsky Hrygorii Skovoroda State Pedagogical University 30, Sukhomlynskyi St., Pereiaslav, Kyiv region, 08401, Ukraine
e-mail: oxanapalamarchuck@ukr.net

Klimenko Inna, a Lecturer of the Department of Economy Pereiaslav-Khmelnytsky Hrygorii Skovoroda State Pedagogical University 30, Sukhomlynskyi St., Pereiaslav, Kyiv region, 08401, Ukraine
e-mail: klimenkoinna91@ukr.net

УДК 336.714

<https://doi.org/10.31470/2306-546X-2021-49-30-36>

«ФИНТЕХ» ЯК ЦИФРОВИЙ ВИМІР СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Pinna M. B.,
Pinna C. P.

Предметом статті є дослідження проблематики становлення, розвитку та впровадження технологій Фінтеху в контексті ідеологій сталого розвитку та інновацій DeFi (Decentralized Finance) [6], які спричинені інтенсифікацією процесів масштабного охоплення цифровою економікою і глобальною діджиталізацією усіх сфер виробництва та послуг, особливо, під впливом концепцій блокчейн та перспектив поширення «Інтернету речей» (IoT) в комплексі з методами штучного інтелекту (AI).

Результати роботи. Окреслені і охарактеризовані особливості хронології та спільного протікання епох промислової еволюції разом зі стадіями розвитку фінансових технологій, які базуються на сполученні та інтеграції, так званих, драйверів «Фінтех для сталого розвитку» (FT4SD). Показано, як інструментальну основу FT4SD складає триада блокчейн, AI та IoT, які разом забезпечують синергійний ефект «децентралізованих фінансів», створюючи, фактично, необмежений інвестиційний ресурс для технологічних інновацій цифрової економіки в межах процесів сталого розвитку.

Висновки. Незважаючи на складну економіко-епідеміологічну ситуацію в світі взагалі і в Україні, зокрема, продемонстровано, який позитивний результат має і матиме ідеологія «децентралізованих фінансів», яка через трансформацію та спільне використання інструментів Фінтех здатна забезпечити сталий розвиток і стабільний підйом цифрової економіки.

Ключові слова: фінтех, сталий розвиток, інвестиційні ресурси, децентралізовані фінанси, блокчейн, AI, IoT.

«ФИНТЕХ» КАК ЦИФРОВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Риппа М. Б.,
Риппа С. П.

Предметом статьи является исследование проблематики становления, развития и внедрения технологий Финтех в контексте идеологий стабильного развития и инноваций DeFi (Decentralized Finance) [6], вызванных интенсификацией процессов масштабного охвата цифровой экономикой и глобальной диджитализацией всех сфер производства и услуг, особенно под влиянием концепций блокчейн и перспектив распространения «Интернета вещей» (IoT) в комплексе с методами искусственного интеллекта (AI).

Результаты работы. Обозначенные и охарактеризованы особенности хронологии и совместного протекания эпох промышленной эволюции вместе со стадиями развития финансовых технологий, основанных на сочетании и интеграции, так называемых, драйверов «Финтех для устойчивого развития» (FT4SD). Показано, как инструментальную основу FT4SD составляет триада блокчейн, AI и IoT, которые вместе обеспечивают синергический эффект «децентрализованных финансов», создавая фактически неограниченный инвестиционный ресурс для технологических инноваций цифровой экономики в пределах процессов устойчивого развития.