

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Матвій І. Р., аспірант кафедри економіки та управління бізнесом

Хомич С. В., к.е.н. доцент кафедри економіки та управління бізнесом

Рівненський державний гуманітарний університет

Сьогодні цифрова трансформація відбувається як на глобальному рівні, так і на рівні окремо взятих компаній. Вивчення даного процесу є досить актуальним, оскільки ми бачимо, що низка вітчизняних та міжнародних компаній намагаються впроваджувати новітні технології та переходять на нові рівні ведення бізнесу з урахуванням діджитал-процесів. Трансформуючи власні бізнес-процеси підприємства, перш за все, зміцнюють позиції на ринку та створюють технологічні бар'єри, які можуть бути не під силу їх конкурентам. Зараз цифрова економіка є невід'ємною частиною функціонування не тільки підприємств, але і цілих держав, оскільки кардинально змінюються старі та усталені норми і виникають зовсім нові, дієві та конкурентоспроможні моделі [1].

У сучасному світі, коли швидкість технологічного прогресу і цифровізація стають визначальними чинниками економічного зростання, значення регіонального розвитку набуває нових масштабів. Успішні регіони здатні ефективно залучати інвестиції, підвищувати рівень життя населення та розвивати локальні підприємства, що підвищує їхню конкурентоспроможність на національному та міжнародному рівнях. Цифровізація маркетингових стратегій і розробка нових підходів до монетизації є важливими аспектами, які сприяють розкриттю потенціалу регіонів, адаптуючи їх до сучасних економічних умов [2, с. 26].

Монетизація цифрових маркетингових стратегій відіграє ключову роль у забезпеченні сталого економічного зростання регіону. Використання таких підходів, як реклама в соціальних мережах, платні сервіси на локальних платформах і розвиток регіонального бренду, сприяє залученню інвестицій. Це допомагає зміцнювати місцевий бізнес і створювати сприятливі умови для приходу нових підприємств.

Крім того, ефективна монетизація цифрових інструментів сприяє зростанню зайнятості, оскільки розширюється спектр послуг і можливостей для місцевих фахівців. Наприклад, розвиток регіонального бренду стимулює попит на творчі, маркетингові та технологічні послуги, що сприяє появі нових робочих місць.

Не менш важливою є роль аналітики даних у цифрових стратегіях. Використання інструментів для аналізу поведінки споживачів дає змогу компаніям точніше адаптувати свої послуги під потреби ринку, що підвищує ефективність маркетингових кампаній і зміцнює конкурентоспроможність регіону.

Інвестиції в цифрову інфраструктуру, такі як високошвидкісний інтернет та інтеграція цифрових платформ для підтримки бізнесу, створюють довгострокову основу для розвитку. Це дозволяє регіону залишатися привабливим для зовнішніх інвесторів і створює можливості для масштабування місцевих ініціатив на національний та міжнародний рівні.

Таким чином, цифрові маркетингові стратегії стають не лише інструментом залучення капіталу, але й важелем для соціально-економічних перетворень та розвитку регіону.

Особливо актуальним є впровадження цифровізації на фоні збройної агресії росії проти нашої держави. Підприємницький сектор є одним із основних джерел підтримки функціонування національної економіки в умовах війни. Він відповідає за забезпечення ринку та населення необхідними товарами та послугами, наповнює бюджети різних рівнів доходами у вигляді податкових платежів, створює робочі місця, забезпечує формування справедливих ринкових відносин у державі. Водночас руйнування підприємств та інфраструктури, порушення логістики, дефіцит електроенергії, скорочення пропозиції товарів та послуг, зростання виробничих витрат, значний рівень корупції, а також низька платоспроможність населення продовжують суттєво впливати на ведення та розвиток бізнесу під час війни.

На практиці багато регіонів вже активно впроваджують цифрові стратегії для власного розвитку. Наприклад, у країнах Європи відзначається активне застосування цифрових платформ для управління міськими сервісами та покращення рівня життя громадян. Цифрові платформи забезпечують інтеграцію інформаційних сервісів, таких як транспорт, громадські послуги, сфера освіти та охорони здоров'я. В Україні такі процеси набувають особливого значення в умовах економічних викликів та необхідності залучення іноземних інвестицій [2, с. 50].

Сучасні ринкові умови змушують підприємців максимально ефективно використовувати наявні ресурси, зокрема фінанси та кадровий потенціал. Завдяки цифровому маркетингу можна досягати значних результатів із меншими витратами, ніж це можливо при використанні традиційних маркетингових підходів.

Подальше відновлення економічної динаміки в умовах війни потребує подолання існуючих проблем та обмежень, масштабування ефективних стратегій та практик підприємств щодо виходу з кризи та пристосування до нових умов діяльності [3].

Цифровізація та монетизація маркетингових стратегій відкривають нові перспективи для регіонального розвитку в умовах глобалізації. Впровадження цифрових технологій у маркетинг не лише підвищує конкурентоспроможність регіонів, але й сприяє їхньому сталому розвитку. Це забезпечує створення нових робочих місць, підтримує інноваційний бізнес і підвищує якість життя мешканців. Однак успішна цифровізація потребує комплексного підходу, який враховує як інфраструктурні, так і соціокультурні особливості кожного регіону. Цифровізація – одна з визначальних тенденцій розвитку людської цивілізації, яка формує більш інклюзивне суспільство та кращі механізми управління, розширює доступ до охорони здоров'я, освіти та банківської справи, підвищує якість та охоплення державних послуг, розширює спосіб співпраці людей, а також дає змогу скористатися більшим розмаїттям товарів за нижчими цінами [4].

Та попри ряд позитивів, які породжує цифровізація, їй притаманний ряд викликів, до яких може бути не готове і суспільство, і бізнес. Прогресивна автоматизація та використання робототехніки матиме наслідком порушення ринку праці, що характеризуватиметься безробіттям та нерівністю доходів. Через відсутність довіри до цифрових технологій, доступу до них та навичок до їх використання може збільшитися цифровий «розрив». Серед інших викликів — проблема безпеки та порушення конфіденційності, поглиблення соціальної відчуженості, стирання етичних меж (неможливість контролювати у майбутньому штучний інтелект), зниження культурного розвитку [4].

Відновлення реального сектору економіки України буде складним та довготривалим завданням. Однак за умови ефективної державної політики, активізації підприємницької діяльності та допомоги з боку міжнародних партнерів Україна зможе подолати наслідки війни та побудувати сильну та конкурентоспроможну економіку.

Використані джерела

1. Савицька О.М. Цифрові трансформації управління бізнесом компаній в умовах розвитку індустрії 4.0// Цифровізація економіки як фактор економічного зростання : колективна монографія / За заг. ред. О. Л. Гальцової. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2021. – 260 с.
2. Цифрова економіка: підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. К.: НАУ, 2022. 200 с.
3. Аналітична доповідь “Пріоритети розвитку реального сектора в умовах війни та повоєнного відновлення економіки України” // Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2024.03>.
4. Маркевич К. Цифровізація: переваги та шляхи подолання викликів [Електронний ресурс] / Катерина Маркевич – Режим доступу до ресурсу: <https://razumkov.org.ua/statti/tsyfrovizatsiia-perevagy-ta-shliakhy-podolannia-vyklykiv>.