

Цифровізація бізнесу в аспекті міжнародної експансії

Максим Антонов,

*магістр, ОП «Бізнес в Європейському Союзі»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: antonovmo@krok.edu.ua*

Науковий керівник:

Олена Наумова,

*к.е.н., завідувач кафедри міжнародного бізнесу,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: ProkhorovaM@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-5967-4518*

Цифровізація бізнесу відіграє роль ключового чинника міжнародної експансії в умовах динамічних змін у глобальному економічному середовищі. Вона забезпечує компаніям підвищення ефективності, оперативну адаптацію до мінливих потреб ринку та підтримку конкурентоспроможності.

З-поміж важливих переваг цифровізації ми виокремлюємо оптимізацію бізнес-процесів, автоматизацію операцій та вдосконалення внутрішніх і зовнішніх комунікацій. Ці аспекти сприяють формуванню інтегрованої системи цифрової взаємодії, що сприяє розвитку інноваційності підприємств і їх здатності успішно відкривати для себе нові товарні ринки.

Важливо підкреслити, що ефективна цифрова трансформація вимагає не лише впровадження сучасних технологій, але й змін у бізнес-моделях, що сприяє гармонійній інтеграції компаній у глобальні тенденції. Компанії, які свідомо ігнорують цифровізацію, ризикують втратити конкурентну позицію на міжнародному рівні.

Цифрова економіка, інтегруючись у сучасне бізнес-середовище, демонструє суттєві відмінності від традиційних економічних моделей. Одним із її основних елементів є концепція "економіки на вимогу", яка забезпечує користувачам миттєвий доступ до товарів і послуг у момент виникнення потреби. Це скорочує час отримання необхідного товару чи послуги, зменшує витрати завдяки усуненню посередників і вдосконалює логістичні процеси [1].

Таким чином, цифровізація бізнесу охоплює впровадження інноваційних технологій та оптимізацію внутрішніх процесів, що значно підвищує конкурентоспроможність компаній і відкриває доступ до нових глобальних ринків. Вона надає підприємствам можливість використовувати міжнародні платформи, такі як Е-комерція та цифрові торгові майданчики, що допомагає виходити на нові ринки без необхідності фізичної присутності.

Крім того, цифровізація змінює підходи до маркетингу і просування продукції. Застосування соціальних мереж і цифрових рекламних стратегій дає змогу компаніям просувати свої товари й послуги на міжнародному рівні, розширювати аудиторію і залучати нових клієнтів. Ці інструменти сприяють швидкій адаптації до змін споживчих уподобань і ринкових тенденцій.

Важливим компонентом сучасного бізнесу є також використання цифрових

технологій для збору й аналізу даних. Це дозволяє підприємствам відстежувати ринкові тенденції, аналізувати поведінку споживачів і відповідно адаптувати свої пропозиції до вимог міжнародного ринку, забезпечуючи необхідну гнучкість в умовах динамічних змін.

Цифровізація сприяє налагодженню міжнародної співпраці завдяки використанню сучасних інструментів для спільної роботи. Ці інструменти забезпечують ефективну комунікацію між командами, розташованими в різних країнах, а також сприяють оптимізації управління проектами задля зменшення організаційних витрат.

Безумовно, що цифровізація надає бізнесу необхідну гнучкість і адаптивність для оперативного реагування на зміни ринкових умов та відповідну адаптацію до них. Це особливо важливо в умовах зростаючої невизначеності та ризиків. Успішне впровадження цифрових стратегій дозволяє компаніям не лише зберігати конкурентоспроможність, а й розширювати свої бізнес-можливості у глобальному масштабі [2].

Оцінка рівня цифрового розвитку країн і регіонів є необхідним інструментом для аналізу потенціалу бізнесу щодо міжнародної експансії. Наприклад, компанії можуть користуватися для проведення аналізу такими індексами, як: Global Innovation Index, DiGiX, Networked Readiness Index, IMD World Competitiveness Index, DESI та ICT Development Index [3-7].

Наведені індекси у поєднанні з використанням м'якої цифрової інфраструктури дають змогу компанії визначити свої горизонти для подальшої експансії на нові ринки країни з розвинутою інфраструктурою, високим рівнем використання інформаційно-комунікаційних технологій у економіці й суспільстві, а також із потужним інноваційним потенціалом. Наприклад, країни з високими значеннями за Global Innovation Index чи Networked Readiness Index мають кращі умови для реалізації цифрових стратегій.

Необхідність постійного моніторингу стану цифровізації бізнесу та адаптації до нових викликів є ключовою умовою підтримки конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Ключові слова: цифровізація; міжнародний бізнес; міжнародна експансія.

Список використаних джерел

1. Амеліна, Н. К., Комчатних, О. В., & Левіщенко, О. С. (2024). Цифровізація як основний фактор розвитку економіки бізнесу. *Академічні візії*, (35). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14005665>
2. Павлов, К. В., Павлова, О. М., Більо, І. О., & Ткачук, Ю. Е. (2021). Цифровізація, як основний фактор розвитку бізнесу. *Міжнародний науковий журнал Інтернаука*, (17 (2)), 38-43. <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2021-17>.
3. BBVA Research. (2024). *DiGiX 2024 Update: A multidimensional index of digitization*. Retrieved from <https://www.bbva.com/en/publicaciones/digix-2024-update-a-multidimensional-index-of-digitization/>
4. European Commission. (2022). *The Digital Economy and Society Index (DESI)*. Retrieved from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>
5. European Parliament. (2024). *Fact Sheets on the European Union: Digital Agenda for Europe*.

Retrieved from <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/64/digital-agenda-for-europe>.

6. *WIPO. (2024). Global Innovation Index 2024. Retrieved from <https://www.wipo.int/web/global-innovation-index>*

7. *Portulans Institute. (2023). Countries: Benchmarking the Future of the Network Economy. Retrieved from <https://networkreadinessindex.org/countries/>*