

Kalina I.I.

*Candidate of Economic Sciences,
Professor of the Department of Advertising and Public Relations
of Institution of higher education « Institute of Design, Architecture and Journalism», Kyev,*

DIGITALISIERUNGSMÖGLICHKEITEN BEIM UNTERNEHMEN UND SEINE FOLGEN

Kalina I.I.

*Candidate of Economic Sciences,
Professor of the Department of Advertising and Public Relations
of Institution of higher education «Institute of Design, Architecture and Journalism», Kyev*

DIGITALIZATION OPPORTUNITIES AT THE ENTERPRISE AND ITS CONSEQUENCES

Abstract. Der Einfluss digitaler Möglichkeiten wird untersucht: Transformation des Geschäftsmodells, Transformation operativer Geschäftsprozesse, Transformation der Geschäftstätigkeit auf das Unternehmen unter den Bedingungen des informationsinformativen Geschäfts. Durch die Transformation zu Geschäftsvorteilen wurden auch Digitalisierungsmöglichkeiten bewertet: Nutzung neuer Marktchancen, Optimierung von Geschäftsprozessen, Verbesserung der Servicequalität, Ausweitung des Einflussbereichs des Unternehmens, was zur wirtschaftlichen Entwicklung nicht nur des Unternehmens, sondern auch des Staates führen wird.

Summary. Influence of digital possibilities is investigated: transformation of business model, transformation of operational business processes, transformation of commercial activity on the enterprise in the conditions of information-informative business. Also, digitalization opportunities were assessed through the transformation to business advantages: utilization of new market opportunities, optimization of business processes, improvement of service quality, widening of the scope of influence of the enterprise, which will lead to economic development not only of the enterprise but also of the state.

Schlüsselwörter: digitale Fähigkeiten, Transformation, digitale Transformation, Geschäftsprozesse, Digitalisierung.

Keywords: digital capabilities, transformation, digital transformation, business processes, digitization

Problemstellung. Das heutige informative Geschäftsumfeld hat unglaublich große Positionen, Prinzipien und Faktoren der Entwicklung von Unternehmen, Organisationen und Firmen als ein paar Jahre früher. Dies wurde verursacht durch die Erhöhung der Bewusstseinsstufe der Gesellschaft für die Internettechnologien was lenkt die Unternehmen seine digitalen Arbeitspläne zu verbessern (Online Verkäufe (Online Shops) Waren verkäufe, Bestellservice und vieles mehr).

Die Aufgabe des Unternehmens ist es, das interne Umfeld des Unternehmens so zu verändern das man die digitalen Technologien integrieren kann, was bedeutet das man jede strukturelle Einheit (Abteilungen, Departementen) in unser Model integrieren muss. Die Digitalisierung erhöht die wirtschaftliche Sicherheit des Unternehmens so wie auch seiner Struktureinheiten. Dies ist die Hauptmethode für neue Wettbewerbsfähigkeit, die kurzfristig zu einer Gewinnmaximierung und langfristig zu einer anfänglichen Marktposition führt. Wenn also jedes Unternehmen, einschließlich auch die Agrarsektoren, seine elektronische Informationskomponente (lizenzierte Software, Computerausrüstung, Zugang zum Internet (soziale Netzwerke) usw.) verbessert, trägt dies zur Entwicklung sowohl der Unternehmen als auch des Staates insgesamt.

Analyse aktueller Forschungsergebnisse und Publikationen. Eine Vielzahl von Wissenschaftlern und Praktikern im Bereich der Digitalisierung befasst sich heute unter verschiedenen Aspekten mit den Transformationsprozessen und digitalen Fähigkeiten von Unternehmen. So analysierte T. Nibel das

Phänomen der Informations- und Technologiekollision, die Auswirkungen neuer Kommunikationsinstrumente auf die Wirtschaftswachstumsprozesse am Beispiel der EU-Länder über einen Zeitraum von 15 Jahren [1].

S.V. Ivanov und A.S. Wyschnewski untersuchten die Modernisierung der ukrainischen Wirtschaft aufgrund der Entwicklung ihrer digitalen Komponente und untersuchten die Entwicklungstendenzen digitaler Plattformen als Teil der digitalen Wirtschaft [2]. N.Y. Korovaychenko achtet darauf, die Voraussetzungen für die Integration der Ukraine in den digitalen Markt der EU zu untersuchen, um die Realitäten des inländischen digitalen Marktes mit den Integrationsprioritäten in Einklang zu bringen [3]. Der Artikel von L.Z. Kith [4] beschäftigt sich mit der Frage, wie man in der Ukraine und in der Welt zu einer Netzwerkwirtschaft werden kann.

Autoren der Monographie VP Vishnevsky, LO Zbarazskaya, Yu. [5] Betrachten die Rolle digitaler Technologien bei der Gestaltung der modernen technologischen Plattform der neoindustriellen Entwicklung, betonen Sie jedoch das Problem der Komplexität der Gewinnung "digitaler Dividenden". Die Autoren der Monografie „Intelligente Industrie in der digitalen Wirtschaft: Perspektiven, Richtungen und Mechanismen der Entwicklung“ untersuchten die Merkmale der intelligenten Industrie und ihre Rolle bei der Modernisierung des industriellen Potenzials [6].

Ungelöste Teile des allgemeinen Problems. Zuallererst müssen die Digitalisierungsmöglichkeiten der Transformation der Informationsunterstützung wissenschaftlich und methodisch fundiert werden, was

sich auf die Entscheidungsfindung in den Bereichen Marketing, Logistik, Personal, Betrieb und Finanzen auswirkt. Die ungelöste, unvollständige Berichterstattung in den wissenschaftlichen Publikationen der Ausgabe wurde entscheidend für die Auswahl und Begründung des Themas und des Zwecks des Artikels.

Formulierung der Ziele des Artikels. Ziel des Artikels ist es, die Auswirkungen von Digitalisierungsmöglichkeiten auf die Entwicklung von Unternehmenseinheiten zu belegen.

Darlegung des Hauptmaterials. Die Digitalisierung ist keine Dienstleistung, kein Produkt oder eine Technologie. Dies ist ein Ansatz zur Nutzung digitaler Ressourcen für organisatorische Veränderungen in der Arbeit eines Unternehmens, einer Organisation oder einer Firma. Das bedeutet, Änderungen in Technologien und Geschäftsprozessen zur Verbesserung des Arbeitsumfelds der Mitarbeiter, der Interaktion mit Kunden und anderen Teilnehmern im modernen Unternehmen.

Geschäftsprozesse passieren immer und werden immer passieren, weil es sich um eine systematische und konsistente Bewegung handelt, die bestimmte positive und negative Ergebnisse (wirtschaftliche, personelle, operative) hervorbringt oder einen spezifischen Algorithmus für verwandte Aufgaben oder Operationen darstellt, die man für Erreichung des Ergebnisses braucht.

Repin V.V. stellte fest, dass "der Geschäftsprozess eine strukturierte Abfolge von Aktionen ist, die die entsprechende Art von Aktivität in allen Phasen des Lebenszyklus der betreffenden Aktivität ausführt" [7].

Besonders hervorzuheben ist die von M. Hammer und J. Chamri vorgeschlagene Definition: „Ein Geschäftsprozess ist ein Aggregat verschiedener Aktivitäten, in denen eine oder mehrere Ressourcen in einer Eingabe verwendet werden, und als Ergebnis dieser Aktivität wird eine Ausgabe erstellt die für den Verbraucher von Wert ist“ [8].

Der Wert der Definition wird durch die Verwendung eines funktionalen Ansatzes verdeutlicht, bei dem Geschäftsprozesse eine Art Black Box sind, die "Input" -Ressourcen in "Ergebnisse" bei der Ausgabe umwandelt. Die Effizienz der Output-Ergebnisse hängt direkt vom Grad der Erreichung des Synergieeffekts der Geschäftsprozesse in der Organisation ab.

Die Wissenschaftler M. Porter und W. Millar haben die folgende Definition vorgeschlagen: "Geschäftsprozesse sind eine Reihe von Aktivitäten, die durch Ein- und Ausstiegspunkte definiert sind und organisatorische Ressourcen nutzen, um Wert für Waren / Dienstleistungen für den Verbraucher zu schaffen." [9]

M. Porters wichtiger Beitrag besteht darin, die Grenzen von Geschäftsprozessen zu definieren, und damit auch die Endpunkte von Geschäftsprozessen. Porter M. merkte an, dass die Grenzen von Geschäftsprozessen diejenigen Geschäfts Prozeduren sind, die zur Implementierung von "organisatorischen Ressourcen" und Mehrwert führen. Aus dieser

Definition geht hervor, dass jedes Unternehmen in der Menge der Geschäftsprozesse, aus denen es besteht, einzigartig ist. Denn die Spezifität von Aktivitäten und organisatorischen Faktoren kann jeweils die Grenzen von Geschäftsprozessen verschieben. Ein weiterer wichtiger wissenschaftlicher Ansatz besteht darin, die Unfähigkeit in der Praxis zu rechtfertigen, die Standardgeschäftsprozesse die in jedem Unternehmen stattfindenden. Weil jedes Unternehmen in seiner Struktur, den Ergebnissen seiner Tätigkeit, den Wettbewerbsbedingungen und der Wertschöpfung einzigartig ist.

D. Harrington und K.C. Esseling geben so eine Definition: "Geschäftsprozesse sind eine logische, konsistente, zusammenhängende Reihe von Aktivitäten, die Lieferantenressourcen verbrauchen, Werte schaffen und an den Kunden ausgeben." [10]. Die Bedeutung dieser wissenschaftlichen Ergebnisse besteht darin, dass sie eine Hierarchie von Geschäftsprozessen entwickelt haben, die den Hauptgeschäftsprozess (integriert mehrere Funktionen innerhalb derselben Organisationsstruktur), den Unterprozess (Teil des Hauptprozesses, der für die Funktionsweise der Organisation eine spezifische Rolle spielt) und die Maßnahme (Aktionen die innerhalb des Teilprozesses ausgeführt werden). Die Definition der Struktur ist allgemein und gibt kein klares Verständnis für die Essenz jeder Komponente der Struktur von Geschäftsprozessen, sondern spiegelt deren Hierarchie wider, was ein wichtiger Punkt für das Verständnis der Prinzipien der Funktionsweise von Geschäftsprozessen ist [10].

Wissenschaftler Chornobay L.I. und Duma O.I. haben vorgeschlagen, dass „Geschäftsprozesse als ein System kontinuierlicher, miteinander verbundener, ordnungsgemäß geordneter und verwalteter Aktionen (Verfahren, Operationen, ausgeführte Funktionen) zu verstehen sind, die wiederum ein Element des Mechanismus der Wertschöpfung (Verbraucherwert) durch die Transformation von Organisationsressourcen darstellen, auf die sich der Fokus richtet das Erreichen eines integrierten Ziels, das darauf abzielt, die Produktivität und Effizienz der gesamten Organisation sicherzustellen und die Bereitstellung von Mehrwert (Verbraucherwert) für den Zielmarkt sicherzustellen durch das Business-Modell des Unternehmens " [11].

Daher unterscheiden sich die Geschäftsprozesse des Unternehmertums, insbesondere in verschiedenen Tätigkeitsbereichen.

Im heutigen Geschäftsumfeld gibt es objektive Gründe für den Betrieb und die Entwicklung von Unternehmen, die auf die Notwendigkeit einer digitalen Wirtschaft hinweisen und diese rechtfertigen. Wenn die Geschäftsprozesse eines Unternehmens mithilfe von Digitalisierungswerkzeuge betrachtet werden, ist dies ein wirtschaftlich nützliches Werkzeug zur Automatisierung der innerbetrieblichen Aktivitäten in allen Phasen des Unternehmenslebenszyklus.

Die heutige digitale Wirtschaft schreibt vor, dass Marktführer nicht durch eine lange Erfolgsgeschichte, nicht durch den Wert von Immobilien und Vermögenswerten, nicht durch die Anzahl der Patente oder den Zugang zu Kapital, sondern durch die

Fähigkeit, ihr Geschäft zu verändern und an neue Bedingungen anzupassen, bestimmt werden. Die im letzten Jahrzehnt aufkommenden digitalen Technologien helfen dabei, die Quellen für Effizienz und rasche Wettbewerbsentwicklung für Unternehmen zu finden. Gleichzeitig müssen bestehende Governance-Modelle geändert werden, Kommunikation, Technologie und Organisationsstruktur von Unternehmen neu formatiert und auf neue Werte, Prioritäten und Wahrzeichen gestützt werden, die auf Partnerschaft, Kundenorientierung, Innovation und Synergie basieren werden. [12].

Die Einführung der digitalen Wirtschaft in der Ukraine sollte zunächst in den folgenden drei Bereichen gleichzeitig erfolgen:

- technologisch, wo alle technischen und technologischen Lösungen standardisiert, dh sicher und zertifiziert sein müssen;
- Institutionelle und wirtschaftliche Aspekte, bei denen neue Management- und Geschäftsmodelle mithilfe von intelligenten Dingen, industriellen Internet-Dingen, Blockchain-Technologie und deren institutioneller Unterstützung organisiert werden, um den rechtlichen Rahmen für die Regulierung der sozialen und wirtschaftlichen Beziehungen der Gesellschaft einzuhalten;
- Produktion, einschließlich spezifischer Geschäftsanwendungen, die die Anforderungen von Second-Tier-Managementmodellen erfüllen, basierend auf erstem technischen Hilfe und Infrastruktur. [13].

Die Digitalisierung verändert den Geschäftsansatz sowie die Anforderungen an die eingesetzten Informationstechnologien: Marketing-, Vertriebs- und Service-Management-Systeme; Telefonie und Messenger; Workflow- und Personalmanagementsysteme; Buchhaltungssysteme und viele andere Unternehmensanwendungen.

Digitale Technologien sind für das Wachstum und die Verbesserung der Leistung ukrainischer Unternehmen erforderlich und bilden in einigen Sektoren die Grundlage für Waren- (Produkt-) und Produktionsstrategien. Ihre transformative Kraft verändert traditionelle Geschäftsmodelle, Fertigungsketten und führt zur Entstehung neuer Produkte und Innovationen. Die Digitalisierung in der Ukraine hat einen positiven sozialen Charakter, da sie sich auf die Verbesserung der Qualität der Infrastruktur der sozialen Sicherheit, der Qualität der sozialen

Dienste, die Organisation von Transparenz und gezielter Sozialhilfe sowie die Senkung von Kosten konzentriert. [13].

Unternehmen, die digitale Tools in allen Abteilungen und Abteilungen des Unternehmens und darüber hinaus einsetzen, nehmen in der Regel drastische Änderungen an ihrer Arbeit vor, die erhebliche geschäftliche Vorteile mit sich bringen (Abb. 1):

Nachfolgend finden Sie einige Erklärungen für das Diagramm.

Transformationsänderungen in der Tätigkeit von Unternehmen implizieren die Digitalisierung von Schlüsselblöcken ihrer Tätigkeit: gewerbliche Tätigkeit; Geschäftsprozesse; Geschäftsmodell. Jeder Block besteht aus verschiedenen Elementen. Diese Elemente bilden eine Reihe von Komponenten der digitalen Transformation. Der Begriff "Transformation" bedeutet die Transformation, Reinkarnation, Veränderung des Aussehens, der Form, der Eigenschaften von irgendetwas. [14].

Im modernen Wirtschaftswörterbuch herausgegeben von Reisberg B.A. die Transformation wird als Umwandlung von Strukturen, formen und Methoden des wirtschaftlichen Handelns, Änderung seines Zweckes interpretiert. [15].

Das heißt, dieses Konzept wird verwendet, um solche Veränderungen im Unternehmen zu charakterisieren, unter denen seine Qualitätsumwandlung stattfindet. Und da eine qualitativere Änderung in einem Unternehmen notwendigerweise mit einer Veränderung seiner Struktur einhergeht, ist die Folge dieses Prozesses eine Änderung der Formen und Methoden des wirtschaftlichen Handelns.

Basierend auf der Definition der Transformation können wir die Definition der "digitalen Transformation" verallgemeinern. Nach unserem Verständnis ist dies ein neues Marktmodell, das Unternehmen, Organisationen und Firmen zu dramatischen Veränderungen zwingt und sich an das aktuelle Geschäftsumfeld und die aktuellen Anforderungen anpasst.

Die digitale Transformation ist eine wesentliche technologische und organisatorische Umwandlung des Geschäfts: eine dramatische Steigerung der Geschäftseffizienz, die Bildung neuer Geschäftsmodelle, die Schaffung innovativer Produkte und Dienstleistungen.

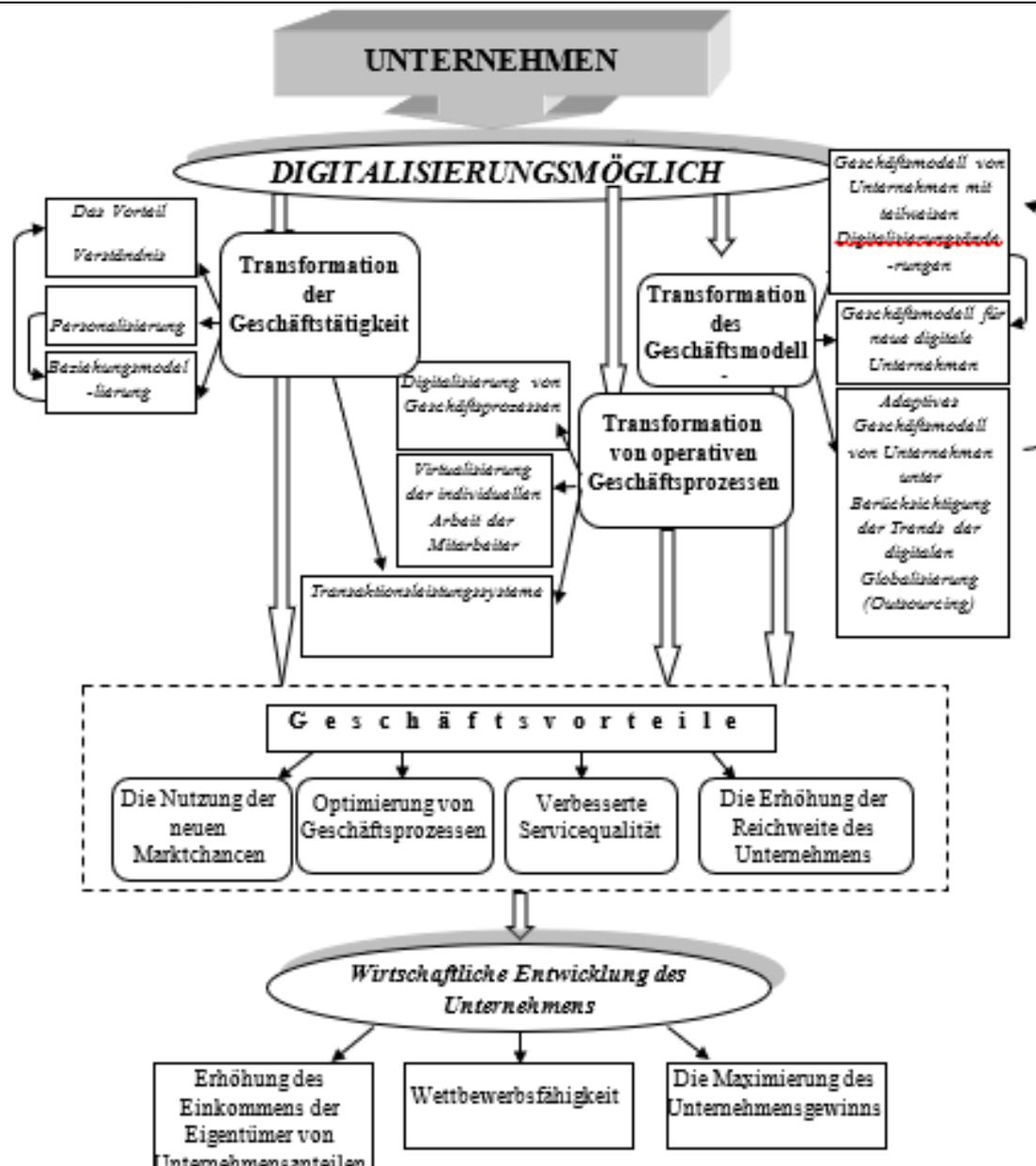


Abbildung 1. Das Schema der Einführung der Digitalisierung im Unternehmen und seine Konsequenzen [vom Autor entwickelt]

Nach Untersuchungen in der Ukraine hat noch kein Unternehmen neun Elemente vollständig transformiert die in Abb. 1. angezeigt wurden.

Tor-Manager wählen aus den angebotenen Blöcken nur diejenigen aus, die sie für wichtig und funktional für das Unternehmen halten. Digitalisierungsfähigkeiten sind ein wichtiger Bestandteil der digitalen Transformation der Geschäftstätigkeit eines Unternehmens, die zu ihrer Transformation in den Betriebsbereichen beiträgt. Wir werden die Blöcke der digitalen Transformation der Tätigkeit des Unternehmens und ihrer Komponenten im Detail betrachten.

Die Geschäftstransformation umfasst drei Elemente:

1. Die Vorteile und Erwartungen verstehen. Nach der Forschung zufolge nutzen Unternehmen die Ergebnisse früherer Investitionen in die Marketingforschung, um die Verbraucherpräferenzen

bestimmter geografischer Regionen, daher Marktsegmente, detailliert zu untersuchen und soziale Netzwerke zu überwachen und zu bewerten, um ihren Zufriedenheitsgrad zu verstehen. Unternehmen schaffen neue Online-Communities, um Stammkunden zu beraten und zu binden. Darüber hinaus erweitern einige Unternehmen ihre eigenen Analysefunktionen, um ein tieferes Verständnis der Kunden zu erlangen. Einige verfeinern ihr Produktportfolio und ändern die Kostenstruktur durch Underwriting und Preisgestaltung auf der Grundlage von Marketinganalysen. Andere Unternehmen führen Analyseversuche durch, um das Kundenverhalten voranzutreiben. Sie führen aktiv Preis- und Werbeversuche für Netzwerkgeschäfte durch, da durch Versuche die Rohstoffpreise dynamisch an die aktuelle Marktnachfrage angepasst werden können.

2. Vertriebspersonalisierung. Unternehmen setzen digitale Technologien ein, um den persönlichen

Umsatz durch den Einsatz unterschiedlicher Geräte und Gadgets zu steigern. Es ist auch möglich, mobile Instrumente zu verwenden, um Verkäufern bei der Analyseplanung zu helfen. Ein besseres Verständnis von Käufern / Kunden hilft dabei, das Verkaufserlebnis zu transformieren. Unternehmen integrieren Kundenakquisitionsdaten, um personalisierte Verkäufe und besseren Kundenservice zu gewährleisten. Einige lokale Marketingunternehmen nutzen konzeptionelle Markenshops als Flaggschiff für ihre eigenen digitalen Vertriebsinnovationen, andere bieten Anlegern einen ausgelagerten Prozess, der das Gesamtkonzept eines Unternehmens demonstriert. Einige Unternehmen möchten den Kundenservice verbessern, indem sie Geschäftsprozesse mithilfe eines digitalen Plugins vereinfachen. Der Einzelhändler lädt automatisch die neueste Online-Einkaufsliste des Kunden auf seine E-Commerce-Website hoch, wodurch der Online-Einkaufsprozess vereinfacht wird und der Kunde mehr Zeit für die Auswahl und Nachverfolgung anderer Produkte hat.

Beziehungsmodellierung. Digitale Initiatoren verbessern den Kundenservice erheblich, da die schnellste und transparenteste Lösung eines Problems das Vertrauen der Kunden stärkt. Die Einrichtung von Unternehmenskonten in sozialen Netzwerken erleichtert die schnelle Reaktion auf Kundenbeschwerden und -angebote. Viele Unternehmen, insbesondere im Einzelhandel und bei Finanzdienstleistungen, führen komplexe Multikanal-Kommunikationen durch, bei denen IT-Innovationen in Kundenbeziehungen und internen Geschäftsprozessen eingereicht und implementiert werden müssen.

Einige Unternehmen gehen über einfache Mehrkanal-Geschäftsmodelle hinaus, um eine neue Form der Digitalisierungsstrategie umzusetzen. Unternehmen bieten ihren Kunden auch Selbstbedienung über digitale Werkzeuge, mit denen sie Zeit sparen und gleichzeitig Geld sparen können. Klassische mobile Apps geben Kunden Zugriff auf ihre Kontoinformationen oder auf ihre Kunden in den Medien. Es sollte beachtet werden, dass maßgeschneiderte IT- Apps von Unternehmen entwickelt werden, um die Qualität ihres Dienstes zu verbessern, daher Smartphone-Apps werden mit dem Kundenprofil verknüpft und ermöglichen die Integration von Daten in SMS-Nachrichten und Anwendungen in sozialen Netzwerken. Unabhängig davon gibt es Geolocation- und AR (Augmented-Reality) Apps, die Kunden bei der Suche nach Verkaufsstellen und beim Auffinden spezieller Sortimente mit gleichzeitiger E-Mail unterstützen. Obwohl die Transformation des Geschäfts ein zentraler Aspekt der digitalen Transformation von Unternehmen ist, hat die Transformation interner operativer Geschäftsprozesse auch Vorrang bei fundierten Managemententscheidungen in einer digitalen Wirtschaft. Dies sind:

1. Digitalisierung von Geschäftsprozessen. Um effizientere und skalierbare Geschäftsprozesse zu entwickeln, automatisieren Unternehmen Daten, um fundierte Entscheidungen zu treffen. Betrachten Sie beispielsweise das ERP-System, das erhebliche

Effizienz- und Qualitätsverbesserungen bei wichtigen transaktionsbezogenen, finanziellen Geschäftsprozessen und Lieferketten ermöglicht, eine zentrale digitale Plattform für wichtige Geschäftsprozesse und ein gemeinsames digitales Modell für Unternehmen im Netzwerk von Markengeschäften erstellt. Einige Unternehmen gehen über die herkömmliche Automatisierung hinaus, um zusätzliche Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Durch die Automatisierung können Unternehmen ihre Mitarbeiter auf die rasche Ausführung strategischer Aufgaben ausrichten. Herstellerfirmen können die Funktionen des Personals zentralisieren, was Geld spart und es den Mitarbeitern gleichzeitig ermöglicht, sich auf die Verbesserung ihrer Managementfähigkeiten und ihrer Kompetenz zu konzentrieren. Die Automatisierung ermöglicht es Unternehmen, sich auf Innovationen zu konzentrieren und Datenströme zu erstellen, die für weitere Versuche zum Sammeln und Synthetisieren von Marketinginformationen verwendet werden können. Unternehmen haben die Möglichkeit, vollautomatische Installationen zu erstellen, die die Arbeitskosten erheblich senken, die Produktqualität verbessern und die Produktivität der Mitarbeiter steigern. Abhängig von der spezifischen Tätigkeit der Unternehmen haben einige von ihnen die Möglichkeit, digitales Design (Webdesign) zu verwenden. Dank digitaler Technologien müssen keine physischen Prototypen mehr an den Kunden gesendet werden. Dadurch wird der Produktentwicklungszyklus um 30% verkürzt, sodass Unternehmen schnell auf Marktveränderungen reagieren können.

2. Virtualisierung der individuellen Arbeit der Mitarbeiter. Unternehmen nutzen digitale Technologie, digitale Werkzeuge, einschließlich Gadget-Apps, einschließlich Zusammenarbeit, Videokonferenzen und Webinare. Die Mitarbeiter interagieren regelmäßig mit potenziellen Käufern, die sie nie persönlich treffen, an abgelegenen Orten oder in abgelegenen Regionen. Mithilfe mobiler Gadgets können Mitarbeiter jederzeit mit dem Büro in Kontakt bleiben und von zu Hause aus arbeiten, wenn sie nicht im Büro sind. Digitale Werkzeuge ermöglichen Mitarbeitern die Interaktion mit Kollegen, Partnern und Verbrauchern, unabhängig davon, wo sie sich gerade befinden, und schaffen so die Grundlage für weitere Transformationen mit der Globalisierung. Es ist ratsam, dass Unternehmen neue Virtualisierungsfunktionen für einzelne Workflows ausprobieren. Im weiteren Sinne ersetzt die Digitalisierung die eingeschränkte vertikale Einwegkommunikation mit einem Käufer oder Kunden durch integrierte vertikale und horizontale Kommunikationskanäle, sodass Unternehmen die bipolare Kommunikation skalierbar halten und die Mitarbeiter mit Kunden und Kunden interagieren können die bisher in der Praxis unmöglich waren. Werkzeuge, die die individuelle Arbeit der Mitarbeiter virtualisieren, sind zu leistungsstarken Werkzeugen für den Wissensaustausch geworden.

3. Transaktionsleistungssysteme. Die Sicherstellung der Transparenz der Leistungsanzeige ist ein Schlüsselfaktor für die Geschäftstätigkeit des Unternehmens, der es den Führungskräften ermöglicht,

sich über die aktuellen Betriebsbedingungen und die wirtschaftliche Lage des Unternehmens zu informieren und fundierte Managemententscheidungen zu treffen. Transaktionsleistungssysteme ermöglichen Führungskräften ein besseres Verständnis der Präferenzen von Käufern und Kunden bei der Auswahl von Produkten auf der Grundlage von realen Daten.

Der Detaillierungsgrad der Effizienz von Geschäftsprozessen steigt auch gemäß den Ergebnissen der Analyse der Dynamik von Indikatoren der Unternehmensaktivität durch Mitarbeiter. Dies fördert die Erfassung und Integration zusätzlicher Marketingdaten in Verbindung mit dem Bewusstsein des Managements für die Bedeutung des Online-Kunden- / Klienten Bewusstseins in der sozialen Kommunikation. Zusätzlich zu der Tatsache, dass die digitale Transformation ein Katalysator für das Bewusstsein des Online-Geschäfts ist, verändert sie tatsächlich den Geschäftsprozess der strategischen Entscheidungsfindung. Mitarbeiter, die Werkzeuge für die digitale Zusammenarbeit für die strategische Planung verwenden, konzentrieren sich deutlicher auf mögliche Alternativen zur Lösung bestehender Probleme.

Die Transformation des Geschäftsmodells umfasst wie die beiden vorherigen Blöcke auch drei Komponenten:

1. Geschäftsmodell von Unternehmen mit teilweisen digitalen Veränderungen. Bei diesem Geschäftsmodell geht es darum, Wege zu finden, um die physischen Fähigkeiten von Unternehmen durch digitale Angebote und die Verwendung digitaler Inhalte für die gemeinsame Nutzung in Unternehmens-Repositories zu verbessern. Dies bedeutet, dass Unternehmen traditionelle Aktivitäten fortsetzen und digitale Technologien einsetzen, um ihre Produktivität zu transformieren und zu steigern. Daher erstellen einige Unternehmen eine kostenlose E-Mail-Anlage an jede physische Adresse, die vom Unternehmen als Ersatz für den physischen E-Mail-Client verwendet werden kann; andere führen innovative digitale Werbetechnologien für bestimmte Produktlinien ein, für die weniger Mitarbeiter erforderlich sind.

2. Das Geschäftsmodell neuer digitaler Unternehmen. Unternehmen führen digitale Dienste ein, die traditionelle Produktlinien ergänzen, Geschäftsmodelle ändern, ihre Geschäftstätigkeit durch digitale Technologie erweitern und Kunden und Klienten ein integriertes Online-Erlebnis mit mehreren Kanälen bieten.

3. Adaptives Geschäftsmodell von Unternehmen mit Tendenz zur digitalen Globalisierung (Outsourcing). Unternehmen, die Brands oder bekannte Marken produzieren oder vermarkten, wandeln sich von multinationalen zu globalen. Digitale Technologien in Kombination mit zeitnahen Marketinginformationen ermöglichen es Unternehmen, globale Synergien zu erzielen und gleichzeitig ihr eigenes Geschäft vor Ort zu betreiben. Diese Unternehmen sind gleichzeitig zentralisiert und dezentralisiert. Globale gemeinsam genutzte Unternehmens-IT-Services steigern die Effizienz ihrer Abläufe und verringern Risiken sowie tragen zur

globalen Flexibilität bei. Die Muttergesellschaft kann Produktionsstätten auf der ganzen Welt lokalisieren und Online-Produktionsunterbrechungen überwachen sowie Entscheidungen treffen, um die übermäßige Nachfrage auf dem Markt zu regulieren. Digitalisierungsmöglichkeiten sollten separat betrachtet werden, da sie in direktem Zusammenhang mit den drei Blöcken der digitalen Transformation des Unternehmens stehen. Trotz der Tatsache, dass IT-Direktoren und bestehende IT-Abteilungen die führenden digitalen Initiatoren in verschiedenen Unternehmen sind, wenden sie sich getrennten strukturellen Einheiten, um die Geschäftsprozesse in der digitalen Transformation zu koordinieren [14].

Die Digitalisierungsfunktionen umfassen vier Bestandteile, die einen grundlegenden Block für die digitale Transformation bilden:

1. Vereinheitlichung von Daten und Geschäftsprozessen. Die grundlegende Technologie für die digitale Transformation ist die Digitalisierungsplattform für integrierte Daten und Prozesse. Die Komplexität des Geschäfts ist das Fehlen einer digitalen Plattform, insbesondere bei der Ausführung von Mehrkanaloperationen. Die Datenintegration ist ein dringendes Problem, wenn es um die Bereitstellung digitaler Self-Service-Dienste, die Auswahl einer Online-Strategie und die Unterstützung von Online-Partnerschaften geht. Die gesamte digitale Plattform des Unternehmens ermöglicht es dem Unternehmen, Inhalte auf verschiedenen Ebenen gemeinsam zu nutzen, was die Verwendung von entwickelten Medieninhalten in ähnlichen Verbrauchermärkten beinhaltet.

2. Die Flexibilität von IT-Lösungen. Unternehmen müssen ihre Geschäftsprozesse modifizieren und innovative Geschäftsmethoden auf einer digitalen Plattform implementieren. Die meisten IT-Abteilungen verfügen über robuste Entwicklungsmethoden, die häufig nicht digital ausgerichtet sind. Für analytische Aktivitäten sind bestimmte Kenntnisse und Eigenschaften erforderlich, über die typische IT-Entwickler nicht verfügen. Daher ist es für IT-Abteilungen ratsam, spezielle Einheiten zu erstellen, um neue IT-Kenntnisse zu erwerben.

3. Verwendung von Analysewerkzeugen. Die Kombination integrierter Daten mit Analysewerkzeugen wird vom Unternehmen als Möglichkeit gesehen, einen strategischen Vorteil gegenüber Konkurrenten zu erzielen. Unternehmen verwenden Analysen mit unterschiedlicher Intensität. Einige nutzen Daten aus Transaktionssystemen erst seit kurzem besser und reagieren schneller auf Änderungen in ihren Abläufen. Integrierte Datenunternehmen können effektivere Strategien entwickeln und implementieren, unter anderem durch Verkaufsprognosen.

4. Geschäfts- und IT-Integration. Mehr als andere geschäftliche Veränderungen erfordert die Digitalisierung eine starke Integration zwischen IT und Unternehmensmanagement. Unternehmen mit einer beständigen IT-Geschäftsbeziehung haben Schwierigkeiten, die digitale Transformation zu versuchen, da sie die IT-Infrastruktur nicht unabhängig

verwalten, daher eine komplexe IT-Architektur, die nicht in diese und aktuelle Geschäftsprozesse integriert ist. [14].

All diese Transformationen werden zu Geschäftsvorteilen führen:

1. Nutzung neuer Marktchancen. Die Digitalisierung wird es den Agrarunternehmen ermöglichen, sich besser an die Umweltbedingungen anzupassen und sich schneller als zuvor zu entwickeln. Das heißt, wenn ein Agrarunternehmen einen hohen Digitalisierungsgrad aufweist, kann es seine Marktvorteile schneller nutzen als seine Konkurrenten.

2. Verbesserung der Servicequalität. Die Digitalisierung verbessert alle Aspekte des Kundenservice und erleichtert die Personalisierung. Dies ist der beste Faktor für den Aufbau, die Pflege und den Ausbau von Kundenbeziehungen, der für den langfristigen Erfolg in einem aggressiven und wettbewerbsintensiven Umfeld von entscheidender Bedeutung ist.

3. Optimierung von Geschäftsprozessen. Mithilfe der Automatisierung können durch die Digitalisierung Geschäftsprozesse vereinfacht und beschleunigt werden, indem Verzögerungen vermieden werden, die hauptsächlich auf menschliche Faktoren zurückzuführen sind. Dadurch werden die Betriebskosten gesenkt und die Effizienz des Personals erhöht.

4. Erweiterung der Grenzen der Reichweite von Unternehmensauswirkungen. Dank digitaler Technologien können landwirtschaftliche Unternehmen alle Formen digitaler Kanäle steuern und nutzen. Damit können Agrarunternehmen ihre Zielgruppe (Kontaktgruppe) erweitern und den Umfang der regionalen Wirkungsabdeckung zum Nutzen des Unternehmens erhöhen. Transformationswirkungen und positive Geschäftsvorteile werden wiederum zur Entwicklung eines Unternehmens im In- und Ausland führen, das durch folgende Hauptkomponenten gekennzeichnet ist: Erhöhung des Eigenkapitals des Unternehmens, Maximierung des Unternehmensgewinns und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit.

Schlussfolgerungen und Vorschläge. Der Hauptfaktor bei der Digitalisierung ist die Geschwindigkeit des Ergebnisses (Beschleunigung aller Produktions- und Verwaltungsprozesse im Unternehmen), daher die Entwicklung, da Unternehmen schneller als je zuvor handeln werden. Im allgemeinen theoretischen Aspekt wird die Kategorie "digitale Entwicklung" nicht berücksichtigt, aber es kann argumentiert werden, dass sie im Laufe der Zeit die Art der Änderungen aufdeckt, die im Unternehmenssystem auftreten. Mit anderen Worten, es ist eine logische Folge der Transformation des sozioökonomischen Systems eines Unternehmens von einem Staat in einen anderen, vom Zeitpunkt seiner Gründung bis zum Zeitpunkt seiner Auflösung (rechtlich und materiell). Es ist zu beachten, dass das Unternehmen im Rahmen dieser Arbeit als organisatorisch getrenntes, wirtschaftlich unabhängiges, offenes sozioökonomisches System behandelt wird, das auf der Grundlage des internen

Zustands mit der äußeren Umgebung interagiert und Produkte (Waren, Werke, Dienstleistungen) erzeugt.

Die digitale Entwicklung eines Unternehmens ist ein irreversibler Prozess, der durch Veränderungsprozesse (Transformation) spontane oder kontrollierte Übergänge von einem eindeutigen Zustand in einen anderen ermöglicht. Die Einzigartigkeit jedes einzelnen wirtschaftlichen Zustands des Unternehmens wird dadurch gewährleistet, dass es unmöglich ist, die Vielfalt, Qualität, Quantität und Stärke der ihn bestimmenden Faktoren vollständig zu wiederholen. Verschiedene Zeitänderungen (intern und extern), die sich aus dem Zusammenspiel von Wirtschaftsobjekten (ihren Objekten), ihren unterschiedlichen Eigenschaften, Merkmalen und Parametern ergeben und zu ihrer Aktivitätsintensivierung führen, sind als Grundprinzip der digitalen Unternehmensentwicklung zu betrachten. Sozioökonomische Veränderungen im Unternehmenssystem sind objektiver Natur, daher unabhängig vom Willen oder Wunsch des Einzelnen (Eigentümer, Manager, Angestellte, Investoren, Gläubiger usw.) und aktivieren Transformationsprozesse in Unternehmen.

Referenzen:

1. Niebel T. ICT and Economic Growth: Comparing Developing, Emerging and Developed Countries. ZEW Centre for European Economic Research. Mannheim. 2014. ZEW Discussion Paper 14-117.
2. Ivanov S.V, Vishnevsky A.S Elektronische Plattformen als Instrument zur Modernisierung der ukrainischen Wirtschaft. Bulletin der Wirtschaftswissenschaften der Ukraine. - 2017. - №1 (32). - C. 47-53.
3. Korovaychenko N.Yu. Voraussetzungen für die Integration der Ukraine in den digitalen Binnenmarkt der Europäischen Union. Eine effiziente Wirtschaft. - 2017. - № 6. - URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5648>.
4. Keith L.Z. Entwicklung des Network Economy Bulletin der Khmelnytsky National University. Wirtschaftswissenschaften. - 2014. - № 3 (2). - S. 187-194.
5. Nationales Modell der neindustriellen Entwicklung der Ukraine: monogr. / VP Vishnevsky, L.O. Zbarazskaya, M.Yu. Neid usw. ; für die Summe. Rev. V.P. Vishnevsky / NAS der Ukraine, Institut für Wirtschaftswissenschaften von Prom-Sty. - Kiew, 2016. - 518 S.
6. Intelligente Industrie in der digitalen Wirtschaft: Perspektiven, Richtungen und Entwicklungsmechanismen: Monogramm. / VP Vishnevsky, OV Vietskaya, OM Garkushenko usw. ; für die Summe. ed. V.P. Vishnevsky / NAS der Ukraine, Institut für Wirtschaftswissenschaften von Prom-Sty. - Kiew, 2018. - 192 p.
7. Repin V.V. Geschäftsprozesse des Unternehmens: Konstruktion, Analyse, Regulierung. - M. : RIA "Standards and Quality", 2007. - 240 p.
8. Hammer M., Champy J. Reengineering the corporation: a manifest of business revolution. - New

York, NY: Harper Business, 1993. – 223.

9. Chornobay LI Duma OI Geschäftsprozesse des Unternehmens: allgemeine Merkmale und wirtschaftliches Wesen, 2013. - S. 125-131.

10. Porter M.E., Millar V.E. How Information Gives You Competitive Advantage // Harvard Business Review, 1985, 85, (July-August), 149-160.].

11. Harrington J., Esseling K.S. Optimierung von Geschäftsprozessen: Dokumentation, Analyse, Management, Optimierung. - St. Petersburg: ABC, BMikro, 2003 .-- 317 p.

12. Gudz OE "Digitale Wirtschaft: Werte und Richtlinien des Unternehmensmanagements ändern". Management. Geschäftsnr. 2 (24), 18

13. Projekt. Digitale Agenda der Ukraine 2020 (Digitale Agenda 2020) Konzeptioneller Rahmen 2016. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.

14. Savchuk V.S, Zaitsev Yu.K., I.Y. Transformationsökonomie: Bildungswissenschaft Manual, K.: KNEU, 2006. - 612 p.

15. Reisberg B.A. Modernes Wirtschaftswörterbuch [Text]: dictionary / B.A. Rpižberg, L.Sh. Lozovsky, E.B. Starodubtseva. - 4. Aufl. überschritten. und hinzufügen. - M.: INFRA-M, 2003 - 479 p.

Некрасов Валерій Олександрович

д.т.н. завідувач кафедри теорії та проектування суден, Національний університет кораблебудування М. Миколаїв

Корнієнко Оксана Петрівна

к.е.н. доцент, викладач кафедри економіки та організації виробництва, Національний університет кораблебудування М. Миколаїв

Кошара Катерина Андріївна

аспірант, викладач кафедри економіки та організації виробництва, національний університет кораблебудування М. Миколаїв

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВІДКРИТИХ МОРСЬКИХ ПОРТІВ

Nekrasov V.A

Dr.Tech.Sc. Head of the Department of Theory and Design of Ships National University of shipbuilding Nikolaev

Kornienko O.P.

PhD in Economics, Associate Professor, lecturer of the Department of Economics and organization of production, National University of shipbuilding Nikolaev

Koshara K.A.

post-graduate student, lecturer of the Department of Economics and organization of production, National University of shipbuilding Nikolaev

ECONOMIC PROBLEMS OF OPEN SEAPORTS

Анотація. В даній статті зроблено огляд морських портів України з точки зору економічності використання морських портів відкритого типу. Проведено порівняльний аналіз техніко-економічного стану портів та портової зони. Розглянуто та проаналізовано економічні, технічні та правові проблеми відкритих портів. Запропоновані можливі рішення економічних, технічних та правових проблем відкритих портів.

Summary. This article reviews the seaports of Ukraine in terms of cost-effective use of open seaports. The comparative analysis of the technical and economic condition of the ports and port area is carried out. Economic, technical and legal problems of open ports are considered and analyzed. Possible solutions to the economic, technical and legal problems of open ports are proposed.

Ключові слова: відкриті морські порти, акваторія порту, економічні проблеми, техніко-економічні проблеми, конкурентоспроможність, глобалізація, модернізація, конструктивне вирішення проблеми, транспортна інфраструктура.

Keywords: open seaports, port water area, economic problems, technical and economic problems, competitiveness, globalization, modernization, constructive solution of the problem, transport infrastructure.

В умовах розширення процесу глобалізації і зростання значущості транснаціональних економічних процесів, транспортна інфраструктура і мобільність набувають ключового значення як для розвитку міжнародної торгівлі в цілому, так і для становлення економік окремих держав. Історично портові комплекси були одним з ключових ланок у ланцюжку транспортного і торгового сполучення між державами, і в даний час грають вагомий роль у міжнародній торгівлі, забезпечуючи постійне

збільшення обсягу експортних та імпорتنих операцій. З огляду на особливу важливість для економіки, на території деяких морських портів вводилися спеціальні заходи пільгового характеру (в першу чергу, в рамках митних та податкових правовідносин), щоб полегшити проведення портових операцій і підвищити привабливість національної портової інфраструктури для перевізників за допомогою знижених митних зборів і податків, встановлення пільгового режиму