

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-58>

УДК 339.92:044.77

ВПЛИВ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА МІЖНАРОДНУ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ ТА ФОРМИ ПРОЯВУ

IMPACT OF IT TECHNOLOGIES ON INTERNATIONAL BUSINESS ACTIVITIES: ESSENCE AND FORMS OF MANIFESTATION

Максименко Анна Вікторівна

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7122-0332>**Галенко Петро Миколайович**

аспірант,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3637-8721>**Maksymenko Anna, Galenko Petro**

Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman

У статті уточнюється позиціонування ІТ-технологій у міжнародному бізнесі, що спрощують і прискорюють процеси, які відбуваються щодня і щохвилини. Проаналізовано та систематизовано процеси та етапи, на яких технології відіграють важливу роль. Вивчено міжнародний досвід створення та розвитку ІТ-технологій та їх використання в абсолютній більшості сфер і підрозділів. Уточнено як технології революціонізували життя як споживачів, так і компаній. У статті досліджується різноманітність продуктів і послуг, які завдяки технологіям полегшують доступ до інформації, що сприяє поліпшенню та оптимізації багатьох бізнес-професій. Доведено, що сфера міжнародного бізнесу особливо чутлива до технологічних інновацій. На ринковому рівні цифровізація впливає на конкуренцію, сприяючи «розмиванню ринкових кордонів», появі нових галузей і появі бізнес-екосистем.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, цифровізація, цифрова трансформація, програмне забезпечення, хмарні обчислення, веб-конференція.

The article examines the importance of IT technologies in international business, how exactly they simplify and accelerate processes that occur every day and every minute. The processes and stages at which technologies play an important role are analyzed and systematized. The international experience of setting up and developing IT technologies and their use in the absolute majority of areas and departments has been studied. It is also considered how technologies have revolutionized the lives of both consumers and companies. Increasing the variety of products on the shelves, lowering the cost of goods and services, and making information easier to access are just a few of the way's technology has improved society. The sphere of international business is particularly sensitive to technological innovations. Information and digital technologies are rapidly changing the face of international business activities, and a digital economy that applies Internet-based digital technologies to the production and trade of goods and services is becoming an increasingly important part of the global economy. The rapid development of information and communication technology has set off a "digital revolution" all over the world, which is widely and profoundly affecting all social and economic fields. Technology is constantly evolving, and the situation in international business will never remain the same for long. At the market level, digitization is affecting competition by promoting "blurring of market boundaries", the rise of new industries and the emergence of business ecosystems. New technologies such as IoT, big data fusion and artificial intelligence can enhance automation and data analysis capabilities and reshape traditional business models. These new trends, along with the rise of new "giant companies" that dominate the industry, prompt us to change our understanding. At the internal enterprise level, digitalization has a profound impact on information processing, knowledge transfer and resource sharing, prompting enterprises to reconfigure resources and capabilities, and design new organizational processes and structures.

Keywords: transnational corporation, software, cloud computing, digitization, digital transformation, web conference.



Постановка проблеми. Передові цифрові технології, такі як Інтернет речей, блокчейн, аналітика великих даних і доповнена реальність, поступово змінюють спосіб роботи транснаціональних компаній. Через ступінь цієї трансформації багато вчених стверджують, що інтеграція цих технологій знаменує собою початок четвертої промислової революції (Промисловість 4.0). Однак питання про те, як ці передові технології впливають на міжнародний бізнес, потребує додаткової уваги. З цією метою використовується міждисциплінарний підхід до огляду відповідної літератури з міжнародного бізнесу (IB), загального менеджменту, інформаційних систем та дослідження операцій. Ми включаємо дві останні сфери, оскільки передові технології приділяють більше уваги в цих частинах літератури. На основі аналізу обговорюємо наслідки цих технологій для міжнародного бізнесу. Крім того, ми висвітлюємо чинники використання технологій транснаціональними компаніями та ймовірні результати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження питання впливу ІТ на розвиток бізнесу та економіки розглянуті в працях: Шувчук І., Жукова Л., Антоненко К., Дмитрук В., Дергачова В., Колешня О., Атанасов М., Йона О., Вовк Р. Однак ряд аспектів цієї багатогранної проблеми потребують подальшого дослідження. Зокрема, розуміючи, що ІТ технології в будь-яких їх проявах використовуються на міжнародному рівні транснаціональними корпораціями необхідним є дослідження змін міжнародних відносин і торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація внесла багато змін у бізнес-сценарій, коли весь світ рухається до одного великого ринку. Комунікація між покупцями та продавцями стала критично важливою, оскільки кожен може вибрати для вивчення більшу кількість альтернатив, ніж будь-коли раніше. Електронна комерція через Інтернет, електронну пошту, веб-сайти та інші засоби дозволяє бізнесмену бути пов'язаним з кожним куточком світу, і, таким чином, відкриває більше можливостей на світовому ринку.

Іншим важливим фактором є час, необхідний для завершення бізнес-операції. Оскільки ринки стають конкурентоспроможними, а інформація стає все більш доступною, швидка, надійна та відтворювана транзакція передбачає використання наявних можливостей. Навпаки, затримки в обробці транзакції можуть стати синонімом втрати можливості. Таким чином, швидкий і альтернативний

механізм спілкування, контрактів і оплати є невід'ємною частиною глобально конкурентоспроможної організації бізнесу. Використання технологій зробило бізнес і клієнтів ближчими в багатьох сферах. Електронна пошта та соціальні мережі використовуються для відповідей на запити клієнтів щодо продуктів і послуг. Завдяки новітнім технологіям і додаткам через Інтернет легко надати клієнтам усі можливі способи зв'язатися з компанією. [4] Серед деяких загальних причин виходу в Інтернет можна виділити розширення охоплення ринку: це одна з головних переваг ведення бізнесу в Інтернеті. Маленька компанія тепер має можливість виходити на ринки далеко за межі свого традиційного сусідства, а також отримувати доступ до ринків за межами її поточної клієнтської бази.

Інтернет дає малим і середнім компаніям шанс певною мірою вирівняти умови гри. В Інтернеті кожна компанія зменшується до звичайного розміру вікна браузера клієнта. Хоча створення оригінальної веб-присутності може бути недешевим, вартість подальшого обслуговування мінімальна. Інтернет забезпечує економічні переваги для підприємств, оскільки вони мають можливість оновлювати інформацію, публікувати функції та просто підтримувати сайт, який постійно актуальний за мінімальних витрат і затримки часу. Ці функції поєднуються, щоб створити більшу присутність на поточному цільовому ринку, одночасно здобувши більший компонент їх розумової частки.

Потрібно звернути увагу на підвищення швидкості реагування: одна з найбільших переваг ведення бізнесу в Інтернеті полягає в його здатності сприяти розбудові відносин із клієнтами та партнерами. Інтернет не має собі рівних у своїй здатності підвищувати швидкість реагування. Приклади такої оперативності чітко видно в таких компаніях, як Dell UPS і FedEx, які тепер дозволяють як партнерам, так і споживачам перевіряти різні аспекти своїх транзакцій безпосередньо, увійшовши на їхні веб-сайти. Це взаємозв'язок забезпечується за нижчою ціною та на вимогу, таким чином, забезпечуючи більш ефективний спосіб реагування на потреби та бажання клієнтів.

З виходом у інтернет з'являються нові послуги: впровадження нових послуг на традиційних ринках є складним і дорогим. Інтернет надає можливість запроваджувати нові послуги для клієнтів, партнерів і співробітників з мінімальними додатковими витратами.

Доступ до даних у режимі реального часу підвищує ефективність, що покращує продуктивність і прибутковість, крім того, характер і зміст інформації, якою можна ділитися, розширилися в масштабах. Мультимедійна природа та можливості Інтернету в реальному часі сприяють створенню середовища, сприятливого для побудови стосунків.

І не менш важливою причиною є зниження витрат: ця функція була реалізована і добре зрозуміла організаціями 21 століття. Розквіт і впровадження Інтернету дозволили підприємствам значно заощадити кошти, перемістивши безліч послуг в Інтернет. Від центрів обслуговування клієнтів до онлайн-відстеження посилок і онлайн-брокерських контор – список нескінченний. Здатність оцифровувати пропозиції та надавати продукти/послуги на вимогу привела бізнес до реалізації двох спільних цілей покращеного обслуговування за зниженої вартості продукту, підтримки та обслуговування [5].

Глобальна доступність і продажі: Інтернет-спільнота працює по всьому світу 24 години на добу, сім днів на тиждень. Зараз компанії мають можливість розширити свою клієнтську базу, а в деяких випадках навіть лінійку продуктів.

Більш тісні стосунки: Інтернет побудований таким чином, щоб сприяти двосторонньому зв'язку, що ідеально підходить для подолання просторового розриву між організацією та її клієнтами. Відкриті стандарти, властиво пов'язані з Інтернетом, перетворюються на взаємодію між компаніями та їхніми веб-сайтами.

Зниження витрат підприємства визнали, що цю нову технологію можна ефективно розгорнути з подвійною метою – покращити обслуговування клієнтів і одночасно знизити витрати. Численні приклади розгортання Інтернету для надання послуг, таких як обслуговування клієнтів, центри інформації про клієнтів, центри завантаження програмного забезпечення, стали основними і залишаються тут.

Індивідуальні пропозиції та лояльність клієнтів: сучасні розробки програмного забезпечення дають підприємствам можливість налаштувати весь веб-сайт для кожного окремого користувача без додаткових витрат. Масове налаштування дозволяє маркетологу створювати веб-сторінки, продукти та послуги, які відповідають вимогам користувача. Індивідуальна веб-зустріч не закінчується бажаним макетом сторінки, а

з іншого боку поширюється на попередній вибір товарів і послуг.

Інформаційні технології змінили те, як компанії в усьому світі спілкуються, наймають працівників, ведуть зовнішню торгівлю, продають свою продукцію, проводять дослідження та керують глобальними ланцюжками поставок. Це особливо відкрило можливості для компаній будь-якого розміру розширити охоплення своїх продуктів і послуг, вибрати найкращих постачальників з усього світу та скористатися перевагами передових виробничих рішень.

Розуміння ролі інформаційних технологій у міжнародному бізнесі може дати вам уявлення про те, як ваш малий бізнес може використовувати технології для підвищення ефективності роботи та отримання глобальної конкурентної переваги.

Компанії та клієнти в усьому світі тепер можуть легко спілкуватися незалежно від місця розташування завдяки використанню таких технологій, як онлайн-чат, електронна пошта, текстові повідомлення, соціальні мережі, відеоконференції та голос через Інтернет-протокол.

Такі технології, як хмарні обчислення та веб-конференції, дозволяють наймати працівників, які живуть в інших країнах. У результаті компанії мають більше можливостей для пошуку ключових талантів і економії грошей, оскільки їм не потрібно буде будувати фізичний офіс для цих віддалених співробітників [6].

Міжнародні працівники, найняті безпосередньо, часто можуть виконувати свою роботу вдома, якщо вони мають підключення до Інтернету. Компанії також мають можливість наймати віддалений персонал через аутсорсингові центри, які надають робоче місце та загальне необхідне обладнання.

Наймаючи глобальну дистанційну робочу силу, компанії також можуть отримати вигоду, якщо у них є співробітники в країні, де є постачальники, продавці та клієнти. Глобальна робоча сила не тільки додає різноманітності компанії, але й забезпечує компанію деякими співробітниками, які розмовляють мовою та розуміють місцеві звичаї. Ці віддалені співробітники можуть допомогти вам із нарадами та бізнес-процесами на місці, якщо це необхідно.

Такі розробки, як 3D-друк і робототехніка, змінили спосіб виробництва продукції компаніями по всьому світу. Ці технології спрощують швидке виробництво продукції з меншою кількістю помилок, щоб глобальні компанії могли

задовольнити попит клієнтів, а також потенційно заощадити гроші. У випадку з роботою технікою ця технологія може допомогти виробляти такі складні продукти, як транспортні засоби та гаджети, разом із працівниками. Ви можете очікувати, що прогрес у штучному інтелекті призведе до ще вищої ефективності та якості, коли справа доходить до 3D-друку та робототехнічного виробництва.

Виробничі технології також можуть впливати на бізнес-рішення про те, чи виробляти продукцію вдома чи за кордоном. Наприклад, потреба в меншій робочій силі та покращенні потужності за допомогою цих технологій можуть спонукати американську компанію припинити виробництво за кордоном, якщо це виглядає більш фінансово доцільним [7].

Завдяки електронній комерції малим підприємствам тепер легше вести справи з клієнтами та іншими компаніями по всьому світу. Замість того, щоб створювати кілька магазинів для відвідування клієнтами, ви можете приймати замовлення з усього світу, легко налаштувавши онлайн-магазин, який клієнти зможуть відвідувати через веб-браузер або мобільний додаток. У той же час ви можете використовувати електронну комерцію, щоб замовляти матеріали та інвентар з-за кордону, де ви можете заощадити гроші [8].

Поряд із використанням звичайних платіжних систем компанії тепер можуть використовувати такі технології, як PayPal, Alipay і платформи криптовалют. Ці системи спрощують обробку транзакцій у різних валютах і дозволяють клієнтам і компаніям здійснювати й отримувати платежі прямо зі своїх телефонів чи комп'ютерів [9].

Інша важлива роль інформаційних технологій у зовнішній торгівлі полягає в тому, як компаніям у всьому світі легше досліджувати одна одну та приймати більш обґрунтовані міжнародні бізнес-рішення. Технічні компанії в Азії можуть просто зайти в Інтернет, щоб дізнатися про продукти своїх американських конкурентів, фінансовий стан і маркетинговий охоплення, щоб краще оцінити їхні сильні та слабкі сторони. У той же час американські компанії можуть досліджувати зовнішні ринки для своєї продукції та оцінювати, де розширення має фінансовий сенс.

Зрештою, можливості онлайн-досліджень можуть допомогти компаніям легше отримати конкурентну перевагу перед глобальними конкурентами. Це також може сприяти

розвитку інновацій, коли це призводить до ідей про те, як покращити наявний продукт або послугу для задоволення потреб конкретного ринку.

Важливість інформаційних технологій і міжнародного маркетингу видно з того, як Інтернет дозволяє компаніям охоплювати клієнтів у будь-якій країні. Замість того, щоб покладатися на дорогу друковану рекламу, телевізійну та радіорекламу, компанії можуть платити за дешевшу онлайн-рекламу через глобальні пошукові системи, потрапляти до глобальних бізнес-каталогів і розміщувати рекламу в соціальних мережах. Вони навіть можуть найняти дистанційних спеціалістів з маркетингу в цільовій країні.

Компанії також можуть використовувати такі інструменти, як програмне забезпечення для керування взаємовідносинами з клієнтами, щоб налаштувати свої маркетингові кампанії відповідно до культури кожного ринку та вподобань клієнтів. Це програмне забезпечення допомагає відстежувати маркетингову аналітику, щоб зрозуміти враження клієнтів від продуктів і послуг, а також може оптимізувати спілкування з клієнтами з усього світу за допомогою автоматизованих електронних листів і відстеження відповідей.

Через низьку вартість входу в Інтернет це дозволило фірмам з низькими капітальними ресурсами стати глобальними маркетологами, у деяких випадках миттєво. Таким чином, це має досить значні наслідки для МСП. Для всіх компаній наслідки можливості продавати товари та послуги онлайн були далекосяжними [10].

Інформаційні технології підвищили ефективність міжнародної діяльності в різних секторах бізнесу. Незалежно від того, чи потрібно компаніям знайти найкращі торговельні шляхи, дослідити іноземного конкурента, надати цифрові послуги, знайти віддаленого персоналу чи масово виробляти продукцію, вони можуть зробити це швидко за допомогою пошуку в Інтернеті або кількома клацаннями в корпоративному програмному забезпеченні.

Такі інструменти, як керування ланцюгом поставок, управління взаємовідносинами з клієнтами та програмне забезпечення для бізнес-аналітики, можуть навіть допомогти автоматизувати звичайні бізнес-процеси, щоб звільнити час менеджерів для більш важливих завдань, таких як розробка міжнародної

стратегії продукту або пошук нових ринкових можливостей.

Ці технології є потужною силою в нашій глобальній економіці, що підкреслює їх невикористаний потенціал для досліджень ІВ. Вони можуть підвищити продуктивність фірм, підвищити довіру до ділових мереж і вирішити деякі грандіозні виклики, з якими стикається людство, наприклад екологічна стійкість.

Висновки. Технології постійно розвиваються, і ситуація в міжнародному бізнесі ніколи не залишатиметься незмінною надовго. Хоча завжди неможливо точно передбачити майбутнє, очікується зміна тенденції в міжнародному бізнесі, який більше схиляється до послуг, ніж до продуктів, включення цифрових валют як форми оплати та акцент на екологічності та прозорості.

Створення обізнаності серед експортерів/імпортерів щодо електронної комерції має важливе значення. Вони мають знати, щоб оцінити та використовувати переваги ІТ. Експортерам не потрібно набувати операційних знань з ІТ. Їхнє розуміння аспектів витрат і вигод із подальшим впровадженням електронної комерції було б досягненням.

Бізнес-асоціації можуть зіграти важливу роль на цьому етапі.

Підсумовуючи вищенаведене слід зазначити, що передові технології можуть зменшити транзакційні витрати, оскільки вони можуть оцифрувати ланцюги поставок шляхом з'єднання учасників, об'єктів і систем, що спрощує пошук, моніторинг і координацію транзакцій, а також згладжує транспортування та логістику. Відповідно, відбувається перехід від інтерналізації міжнародних транзакцій до більш відкритих, децентралізованих глобальних ланцюжків створення вартості, тобто компанії частіше, ніж раніше, передають господарську діяльність незалежним партнерам. Передові технології, такі як 3D-друк і робототехніка, також автоматизують і оцифровують виробництво, що впливає на розміщення діяльності в ланцюжку створення вартості. Крім того, ці технології допомагають компаніям, що займаються цифровими платформами, ефективніше, ніж раніше, керувати своїми транзакціями та взаємодією з іншими фірмами в мережі платформи. Технології також можуть спростити внутрішній та міжфірмовий обмін знаннями та покращити управління географічно розосередженими людськими ресурсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Batistic and van der Laken, S. Batistic, P. van der Laken History, evolution and future of big data and analytics: A bibliometric analysis of its relationship to performance in organization, *British Journal of Management*, 30 (2019), pp. 229251
2. C. Bowman, V. Ambrosini Value creation versus value capture: Towards a coherent definition of value in strategy, *British Journal of Management*, 11 (1) (2000), pp. 115
3. P. Choudhury, E. Starr, R. Agarwal Machine learning and human capital complementarities: Experimental evidence on bias mitigation, *Strategic Management Journal*, 41 (8) (2020)
4. Q. He, M. Meadows, D. Angwin, E. Gomes, J. Child Strategic alliance research in the era of digital transformation: Perspectives on future research, *British Journal of Management*, 31 (3) (2020), pp. 589617
5. J. Li, L. Chen, J. Yi, J. Mao, J. Liao Ecosystem-specific advantages in international digital commerce, *Journal of International Business Studies*, 50 (9) (2019), pp. 14481463
6. J.T. Mahoney, Y.Y. Kor Advancing the human capital perspective on value creation by joining capabilities and governance approaches, *Academy of Management Perspectives*, 29 (3) (2015), pp. 296308
7. V. Sena, S. Bhaumik, A. Sengupta, M. Demirbag Big data and performance: What can management research tell us? *British Journal of Management*, 30 (2) (2019), pp. 219228

REFERENCES:

1. Batistic and van der Laken, S. Batistic, P. van der Laken History, evolution and future of big data and analytics: A bibliometric analysis of its relationship to performance in organization, *British Journal of Management*, 30 (2019), pp. 229251.
2. C. Bowman, V. Ambrosini Value creation versus value capture: Towards a coherent definition of value in strategy, *British Journal of Management*, 11 (1) (2000), pp. 115.
3. P. Choudhury, E. Starr, R. Agarwal Machine learning and human capital complementarities: Experimental evidence on bias mitigation, *Strategic Management Journal*, 41 (8) (2020).

4. Q. He, M. Meadows, D. Angwin, E. Gomes, J. Child Strategic alliance research in the era of digital transformation: Perspectives on future research, *British Journal of Management*, 31 (3) (2020), pp. 589617.
5. J. Li, L. Chen, J. Yi, J. Mao, J. Liao Ecosystem-specific advantages in international digital commerce, *Journal of International Business Studies*, 50 (9) (2019), pp. 14481463.
6. J. T. Mahoney, Y. Y. Kor Advancing the human capital perspective on value creation by joining capabilities and governance approaches, *Academy of Management Perspectives*, 29 (3) (2015), pp. 296308.
7. V. Sena, S. Bhaumik, A. Sengupta, M. Demirbag Big data and performance: What can management research tell us? *British Journal of Management*, 30 (2) (2019), pp. 219–228.