

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-34>

УДК 338.24: 339.56:339.9:004(06):658.5

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОБРАННЯ ДІДЖИТАЛ-ПАРТНЕРІВ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗУВАННЯ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF CHOOSING DIGITAL PARTNERS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Прокипчук Левко Ігорович

аспірант,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3979-3100>

Prokipchuk Levko

Ivan Franko National University of Lviv

Стаття присвячена проблематиці обрання діджитал-партнерів за умов глобалізування. Цілями статті є дослідження інформаційного аспекту трансформування систем управління в умовах діджиталізування, глобалізування, а також дослідження проблем, перспектив обрання діджитал-партнерів за умов глобалізування. Виокремлено особливості діджиталізування сучасних економічних відносин: потреба не лише у встановленні нового, сучасного обладнання, програмного забезпечення, але й здійснення фундаментальних змін підходів до управління (менеджменту), корпоративної культури, комунікування. Саме тому актуальним є дослідження особливостей, проблем і перспектив обрання діджитал-партнерів за умов глобалізування. В роботі було запропоновано поетапний процес встановлення сумісності діджитал-партнерів для підприємства при його виході на іноземні ринки за умов глобалізування.

Ключові слова: діджиталізація, глобалізація, цифрова економіка, діджитал-партнери, оптимізування, партнерство.

The article is devoted to the issues of choosing digital partners in the context of globalization. The aims of the article are to study the information aspect of the transformation of management systems in the context of digitalization and globalization, and also to study the problems and prospects of choosing digital partners in the context of globalization. The author emphasizes the peculiarity of digitalization of modern economic relations: not only the installation of new, modern equipment and software, but also the implementation of fundamental changes in approaches to management, corporate culture, and communication. In the period of active development of the digital economy, the digital transformation (digitalization) of an enterprise becomes a matter not only of competitiveness, but also of its survival in general. That is why it is important to study the features, problems and prospects of choosing digital partners in the context of globalization. This issue is extremely relevant, timely and important. The article uses the following research methods: abstraction, analysis, synthesis, modeling, morphological analysis. Modern globalization trends lead to the transformation of all aspects of society's life. The paper proposes a step-by-step process of establishing compatibility of digital partners for an enterprise when it enters foreign markets in the context of globalization. Domestic businesses cannot achieve significant success on the Internet using only one digital field. It is necessary to skillfully diversify this activity. Choosing reliable digital partners will help them create effective and, most importantly, customized digital solutions for a particular business, ensuring its support, development, and growth. The digital partnership system will ensure the development of strategic cooperation with global technology leaders, startups, system integrators, suppliers, consumers, and other stakeholders. Digital partnerships will allow the enterprise to effectively implement modern digital technologies, providing a reliable level of support and development of the implemented innovative solutions.

Keywords: digitalization, globalization, digital economy, digital partners, optimization, partnership.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції глобалізування призводять до трансформування всіх сторін життєдіяльності суспільства. Цифрове (digital) трансформування є комплексним переосмисленням бізнес-

моделювання, способу ведення операційної діяльності підприємств, що супроводжується впровадженням цифрових технологій, інноваційних рішень. Зазначений підхід передбачає не лише встановлення нового, сучасного

обладнання, програмного забезпечення, але й здійснення фундаментальних змін підходів до управління (менеджменту), корпоративної культури, комунікування. В період активного розвивання цифрової економіки цифрове трансформування (діджиталізування) підприємства стає питанням не лишень конкурентоспроможності, але й загалом його виживання. Тому проблематика є надзвичайно актуальною, своєчасною та важливою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналізована нами проблематика була, є, і залишатиметься актуальною для вітчизняних та зарубіжних фахівців. Серед науковців, що її досліджують, потрібно відзначити таких як: Ареф'єва О. В. [17], Ареф'єва С. О. [17], Бабіч А. Д. [15], Брехер Дж. [18], Голобородько А.Ю. [1], Гусєва О. Ю. [2], Доманський А. О. [9], Завербний А.С. [4; 5; 6; 11], Залізна Л. В. [4; 5], Жук О. О. [4], Легомінова С. В. [2], Лігоненко Л.О. [9], Макурін А. [12], Мягих І. М. [17], Наторіна А.О. [10], Онешко С. [12], Пешко М. [11], Пілетська С.Т. [17], Рєва О. [12], Саєнко В. [12], Сало К. Р. [6], Сокол П. М. [15], Суліма Н. [12], Трач М. [5], Хамініч С. Ю. [15], Хріпко А. В. [9] та інші.

Окремо доцільно відзначити праці фахівців, що займаються проблематикою обрання партнерів (бізнес-партнерів). Серед таких вчених передусім виділимо наступних: Доценко Н. В. [7], Жовква І. І. [3], Кахович Ю. О. [7], Макарова Г. В. [8], Саксаганська О. Р. [7], Семенець Ю. О. [13], Узунов Ф. В. [14], Ушакова І. О. [8], Юрченко К. М. [16] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на оглянуті дослідження аналізованої проблематики стосовно вітчизняного розвитку діджиталізування підприємництва та удосконалення процесів щодо вибору партнерів, дещо поза увагою залишається саме обрання діджитал-партнерів за умов глобалізування.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Цілями виступають дослідження проблем, перспектив обрання діджитал-партнерів за умов глобалізування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діджиталізація (доцільніше застосувати термін «діджиталізування», як процес/дія, а не предмет), у ефективному поєднанні із інформаційно-комунікаційними можливостями Інтернету, призводить до стратегічного, технологічного та іншого трансформування не лишень підприємництва, але й усіх сфер сучасного суспільства [1; 2; 6; 9; 14].

Більшість фахівців зосереджують власну увагу на діджиталізуванні окремих адміністративних процесів, послуг, що дозволяє радикально змінювати, удосконалювати операційні процедури, прискорюючи співпрацю між бізнесом та його стейкхолдерами. Завдяки діджиталізуванню бізнес-операції стають оптимізованішими, а співпраця між бізнесом та його стейкхолдерами базуватиметься на інноваційних принципах, включаючи впровадження сучасного програмного забезпечення, ІТ-рішень тощо [1; 6; 9].

Активне впливання глобалізаційних процесів на конкурентне бізнес-середовище потребує сучасного переосмислення, застосування новітніх підходів до задоволення потреб споживача. Через це суб'єкти господарювання вживають різних заходів, методів для просування своїх товарів, послуг із позиції активного впровадження цифрових технологій [14, с. 46]. Не завжди це відразу під силу окремим суб'єктам підприємництва. Вони потребують консультування, допомоги тощо та звертаються (змушені звертатися) до діджитал-партнерів. Процес обрання ефективного та сумісного із підприємством діджитал-партнера є комплексним та складним.

Необхідно ретельно вибирати, детально оцінюючи потенційних партнерів задля максимізування ефекту, ефективності, мінімізування ризиків, пов'язаних із веденням зовнішнього бізнесу, співпрацею із діджитал-партнером.

Важливо звернути увагу на характеристики діджитал-партнера, які розглядаються при його обранні. Дуже часто підприємства обмежуються лишень аналізуванням фінансового стану та іміджу потенційного діджитал-партнера, проте цього недостатньо. Не менш важливими також є й інші критерії вибору діджитал-партнера, які відіграють суттєву роль у подальшій співпраці з ним.

Обрання діджитал-партнера є одним із головних критеріїв, що впливає та впливатиме на ефективність (її рівень) всього проєкту підприємства, тому доцільним є виділення основних характеристик контрагентів та обґрунтування їх обрання [7].

Вітчизняний бізнес не може досягати значного успіху в інтернеті, використовуючи лишень одне цифрове поле [3; 4; 6; 11; 14]. Потрібно вміло дивесифікувати дану діяльність. Обрання ж надійних діджитал-партнерів сприятиме формуванню ними ефективних, головне, індивідуальних цифрових рішень

для конкретного бізнесу, забезпечуючи йому підтримання, розвиток та зростання. Саме тому при обранні підприємствами діджитал-партнерів за умов глобалізування важливим є встановлення їх сумісності з власним бізнесом.

Серед існуючих критеріїв оцінювання успішності ділових діджитал-партнерських

відносин виділяються чотири провідних критерії. До них відносяться «довіра до діджитал-партнера», «збільшення прибутку», «загальне відчуття успішності» і «наявність у діджитал-партнерів спільних цілей» [8; 10].

Узагальнюючи все, що було сказано ми пропонуємо застосовувати модель встановлення сумісності підприємства із його потен-

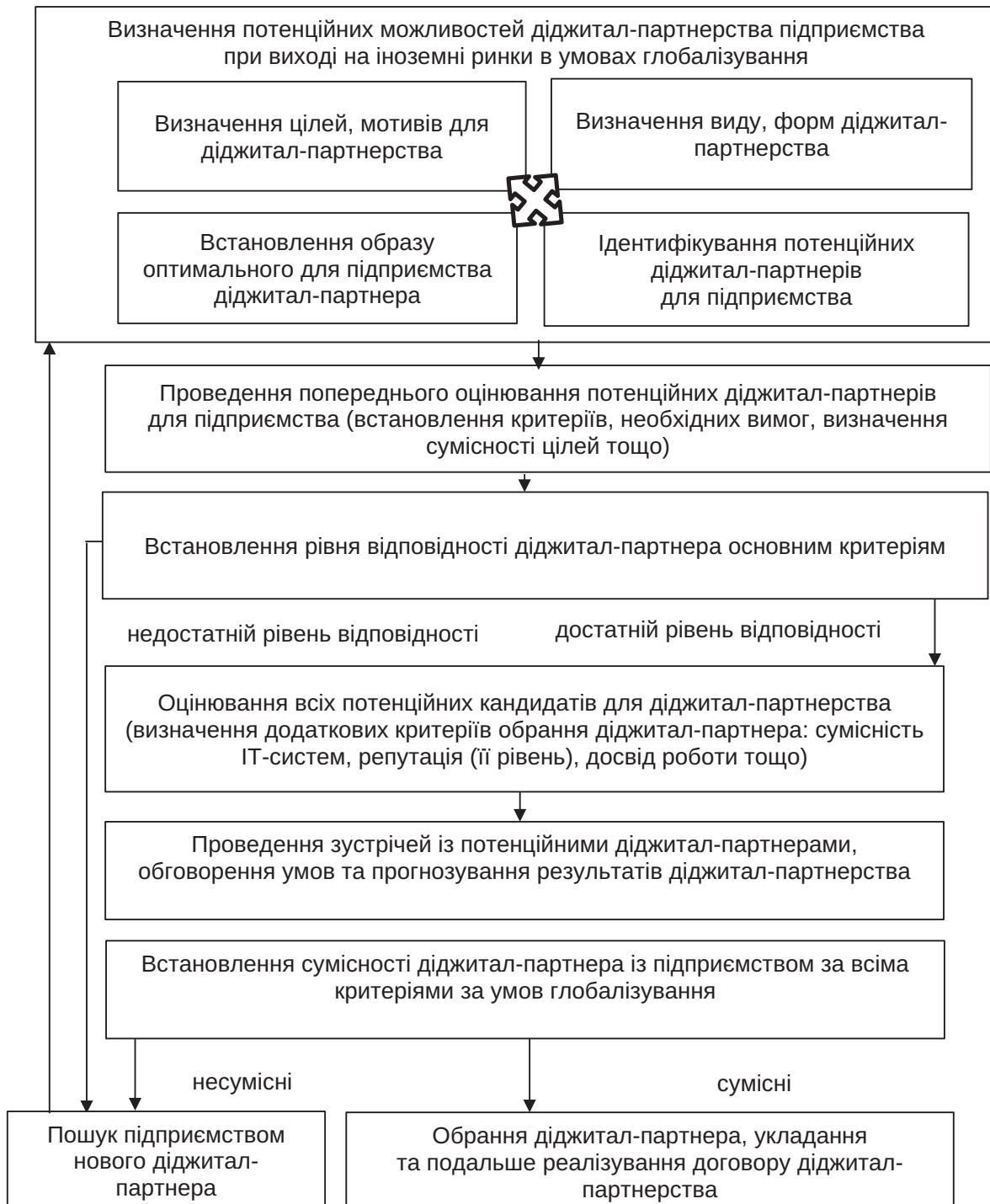


Рис. 1. Рекомендований поетапний процес встановлення сумісності діджитал-партнерів для підприємства при його виході на іноземні ринки в умовах глобалізування

Джерело: побудовано на основі [7]

ційними діджитал-партнерів, які зрештою стануть надійними його партнерами в майбутньому.

Рекомендований поетапний процес встановлення сумісності діджитал-партнерів для підприємства при його виході на іноземні ринки для розвитку успішних і довгострокових партнерських відносин доцільно графічно відобразити наступним чином (див. рис. 1).

Традиційні, чинні алгоритми, схеми, послідовності обрання діджитал-партнера, зазвичай, включають в себе лишень загальні характеристики, аналізування діяльності діджитал-компаній, що, по суті, створюватиме партнерство із конкретним підприємством «за розрахунком», виключаючи реальну взаємодію, що призводить до нетривалості такого партнерства.

Щоб уникнути такого розвитку подій вітчизняним підприємствам необхідно також досліджувати персональну сумісність із їх потенційними діджитал-партнерами (рис. 1). Для цього необхідно з'ясувати уявлення діджитал-партнерів щодо успішності ділових відносин, ролі

індивідуальних якостей у цьому процесі тощо. Партнерська діджитал-система, яка базується на вивченні ключових критеріїв при обрання діджитал-партнера, забезпечуватиме розвивання стратегічної співпраці як зі світовими технологічними лідерами, стартапами, системними інтеграторами, постачальниками, так і зі споживачами та іншими стейкхолдерами.

Висновки. За умов глобального цифровізування діджиталізовані партнерські екосистеми стають вагомим чинником при забезпеченні конкурентоспроможності, ефективності підприємництва. Партнерська діджитал-система забезпечуватиме розвивання стратегічної співпраці як зі світовими технологічними лідерами, стартапами, системними інтеграторами, постачальниками, так і зі споживачами та іншими стейкхолдерами. Діджитал-партнерство дозволить підприємству ефективно запроваджувати сучасні цифрові технології, забезпечуючи надійний рівень підтримання, розвитку впроваджених інноваційних рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Голобородько А. Ю. Організаційно-економічне плато формування цифрового стратегічного партнерства. *Проблеми економіки*. 2024. № 4 (48). С. 5–17.
2. Гусева О. Ю., Легомінова С. В. Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнеспроцесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 1(28). С. 33–39.
3. Жовква І. І. Моделі стратегічного партнерства. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2024. № 41. Ч. II. С. 32–38.
4. Завербний А. С., Залізна Л. В., Жук О. О. Особливості формування методів прийняття рішень вітчизняними підприємствами у зовнішньоекономічній діяльності: інформаційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2400>
5. Завербний А. С., Залізна Л. В., Трач М. Діджиталізація як важливий фактор формування конкурентоспроможності експортно-орієнтованого підприємства: інформаційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3560>
6. Завербний А. С., Сало К. Р. Проблеми та перспективи розвитку індустрії 4.0 в Україні за умов євроінтегрування. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2022. № 2 (8). С. 374–382.
7. Кахович Ю. О., Доценко Н. В., Саксаганська О. Р. Вибір зовнішньоекономічних партнерів – основа успішного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2011. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=448>
8. Макарова Г. В., Ушакова І. О. Створення алгоритму підбору бізнес-партнерів за допомогою методів Data Science. *Системи обробки інформації*. 2018. Випуск 2 (153). С. 69–74.
9. Лігоненко Л. О., Хріпко А. В., Доманський А. О. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 22(62), 2 т. С. 20–25
10. Наторіна А. О. Digital-трансформація діяльності підприємств. *Економіка та держава*. 2023. 4. С. 5–7.
11. Пешко М., Завербний А. С. Діджиталізація української економіки в умовах євроінтеграції. *Економіка та суспільство*. 47. 2023. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2136>
12. Роева О., Онешко С., Суліма Н., Саєнко В., Макурін А. Ідентифікація діджиталізації як напряму інноваційного розвитку сучасного підприємства. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. 1(48). С. 312–325.
13. Семенець Ю. О. Партнерство бізнесу, держави та університетів як стратегічний ресурс інноваційного розвитку України. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4798>

14. Узунов Ф.В. Соціальне партнерство як форма взаємодії бізнесу і влади на регіональному рівні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 3. С. 133–136.
15. Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Бабіч А.Д. Digital-маркетинг як сучасний засіб просування товарів та послуг. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 6 (111). С. 45–50.
16. Юрченко К.М. Розвиток партнерства публічної влади та бізнесу в умовах діджиталізації. *Вчені записки: зб. наук. пр. М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана*. 2023. Вип. 32. С. 278–289.
17. Arefieva O.V., Piletska S.T., Miahkykh I.M., Arefiev S.O. Development of the Innovation Activity of Enterprises in the Digital Economy. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29. No. 8s. P. 2304–2311. URL: <http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/14703>
18. Brecher J. Partnership charter helps clarify the roles, responsibilities and expectations of each partner. Toronto. October, 31. 2008. URL: <http://www.lawyersweekly.ca/index.php?section=article&articleid=794>

REFERENCES:

1. Holoborodko, A. Iu. (2024). Orhanizatsiino-ekonomichne plato formuvannia tsyvrovoho stratehichnoho partnerstva [Organizational and economic plateau of digital strategic partnership formation]. *Problemy ekonomiky*. No. 4 (48). P. 5–17. (in Ukrainian)
2. Husieva, O. Iu., Lehominova, S. V. (2018). Didzhitalizatsiia – yak instrument udoskonalennia biznesprotseviv, yikh optymizatsiia [Digitalization as a tool for improving business processes and optimizing them]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. No. 1(28). P. 33–39. (in Ukrainian)
3. Zhovkva, I. I. (2024). Modeli stratehichnoho partnerstva [Strategic partnership models]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*. No. 41. P. II. P. 32–38. (in Ukrainian)
4. Zaverbnyi, A. S., Zalizna, L. V., Zhuk, O. O. (2023). Osoblyvosti formuvannia metodiv pryiniattia rishen vitchyznianymy pidpriemstvamy u zovnishnoekonomichnii diialnosti: informatsiinyi aspekt [Peculiarities of formation of methods of decision-making by domestic enterprises in foreign economic activity: information aspect]. *Ekonomika ta suspilstvo*. No. 50. Available at: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2400>
5. Zaverbnyi, A. S., Zalizna, L. V., Trach, M. (2024). Didzhitalizatsiia yak vazhlyvyi faktor formuvannia konkurentospromozhnosti eksportno-oriantovanoho pidpriemstva: informatsiinyi aspekt [Digitalization as an important factor in the formation of competitiveness of an export-oriented enterprise: information aspect]. *Ekonomika ta suspilstvo*. No. 60. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3560>
6. Zaverbnyi, A. S., Salo, K. R. (2022). Problemy ta perspektyvy rozvytku industrii 4.0 v Ukraini za umov yevrointehruvannia [Problems and prospects for the development of industry 4.0 in Ukraine in the context of European integration]. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*. No. 2 (8). P. 374–382. (in Ukrainian)
7. Kakhovych, Yu. O., Dotsenko, N. V., Saksahanska, O. R. (2011). Vybir zovnishnoekonomichnykh partneriv – osnova uspishnoho biznesu [Choosing foreign economic partners is the basis for successful business]. *Efektivna ekonomika*. No. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=448>
8. Makarova, H. V., Ushakova, I. O. (2018). Stvorennia alhorytmu pidboru biznes-partneriv za dopomohoiu metodiv Data Science [Creating an algorithm for selecting business partners using Data Science methods]. *Systemy obrobky informatsii*. No. 2 (153). P. 69–74. (in Ukrainian)
9. Lihonenko, L. O., Khripko, A. V., Domanskyi, A. O. (2018). Zmist ta mekhanizm formuvannia stratehii didzhitalizatsii v biznes-orhanizatsiiakh [Content and mechanism of digitalization strategy formation in business organizations]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*. No. 22(62), 2 t. P. 20–25. (in Ukrainian)
10. Natorina, A.O. (2023). Digital-transformatsiia diialnosti pidpriemstv [Digital transformation of enterprises]. *Economy and state*. No. 4. P. 5–7. (in Ukrainian)
11. Peshko, M., Zaverbnyi, A.S. (2023). Didzhitalizatsiia ukraïnskoi ekonomiky v umovakh yevrointehratsii [Digitalization of the Ukrainian economy in the context of European integration]. *Ekonomika ta suspilstvo*. No. 47. Available at: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2136>
12. Roieva, O., Oneshko, S., Sulima, N., Saienko, V., Makurin, A. (2023). Identyfikatsiia dydzhytalizatsii yak napriamu innovatsiinoho rozvytku suchasnoho pidpriemstva [Identification of digitalization as a direction of innovative development of a modern enterprise]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. No. 1(48). P. 312–325. (in Ukrainian)
13. Semenets, Yu. O. (2016). Partnerstvo biznesu, derzhavy ta universytetiv yak stratehichnyi resurs innovatsiinoho rozvytku Ukrainy [Partnership of business, government and universities as a strategic resource for innovative development of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*. No. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4798>

14. Uzunov, F. (2014). Sotsialne partnerstvo yak forma vzaiemodii biznesu i vlady na rehionalnomu rivni [Social partnership as a form of interaction of business and government at the regional level]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 3. P. 133–136. (in Ukrainian)
15. Khaminich, S. Iu., Sokol, P. M., Babich, A. D. (2019). Digital-marketynh yak suchasnyi zasib prosuvannia tovariv ta posluh [Digital marketing as a modern means of promoting goods and services]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. No. 6 (111). P. 45–50. (in Ukrainian)
16. Iurchenko, K. M. (2023). Rozvytok partnerstva publichnoi vlady ta biznesu v umovakh didzhitalizatsii [Development of partnership between public authorities and business in the context of digitalization]. *Vcheni zapysky: zb. nauk. pr. M-vo osvity i nauky Ukrainy, Kyiv. nats. ekon. un-t im. Vadyma Hetmana*. No. 32. P. 278–289. (in Ukrainian).
17. Arefieva, O. V., Piletska, S. T., Miahkykh, I. M., Arefiev, S. O. (2020). Development of the Innovation Activity of Enterprises in the Digital Economy. *International Journal of Advanced Science and Technology*. Vol. 29. No. 8s. P. 2304–2311. Available at: <http://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/14703>
18. Brecher, J. (2008). Partnership charter helps clarify the roles, responsibilities and expectations of each partner. Toronto. October 31. Available at: <http://www.lawyersweekly.ca/index.php?section=article&articleid=794>