

УДК 658:004.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-88-9>

Чкан А. С.  
Кириченко Н. В.  
Касай П. Г.

Запорізький національний університет

## ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК БАЗИС ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено сутність поняття «діджиталізація», визначено його відмінність від поняття «діджитизація» та зв'язок з поняттям «віртуалізація». Доведено актуальність та необхідність діджиталізації бізнес-процесів у діяльності сучасного підприємства як базису його активного та ефективного функціонування на ринку. Узагальнено інструменти та технології, за рахунок використання яких може здійснюватися діджиталізація ключових бізнес-процесів на підприємстві незалежно від форми власності, розміру та сфери діяльності, такі як планування та постановка задач перед персоналом, документообіг та обмін інформацією, здійснення комунікацій між працівниками та керівництвом, організація зустрічей, семінарів, вебінарів, збут продукції та послуг, налагодження та підтримка відносин із клієнтами, оцінка конкурентів, партнерів та власної ефективності, комплексна організація роботи офісу дистанційно.

**Ключові слова:** діджиталізація, віртуалізація, бізнес-процес, інформаційні технології, IT-рішення, ефективність.

**Постановка проблеми.** На всіх етапах свого функціонування та існування кожне підприємство прагне розвиватися, працювати результативно та ефективно. Задля цього керівництвом розробляються стратегії, тактичні та оперативні плани, встановлюються цілі, формуються певні правила та процедури налагодження й реалізації всіх бізнес-процесів. На різних етапах керівництво стикається з певними проблемами, можливим є виникнення навіть кризових ситуацій. Їх більшість, за умов правильно розробленої та продуманої стратегії, не спричиняють значного негативного впливу на ефективність діяльності підприємства, оскільки є передбачуваними та прогнозованими.

Однак у 2020 році бізнес усього світу опинився в абсолютно непрогнозованій ситуації – кризі, що була спричинена початком пандемії та запровадженням цілої низки обмежувальних (карантинних) заходів в усьому світі. Це зумовило зростання необхідності кардинальної зміни формату діяльності майже всіх підприємств незалежно від розміру, досвіду та сфери діяльності з кожним окремим учасником зовнішнього ринку. Крім того, нагальним стало переналаштування майже всіх етапів внутрішньої операційної діяльності всередині підприємства, налагодження віддаленої роботи співробітників, побудова ефективних комунікаційних каналів. Нині ситуація поступово налагоджується, однак формат роботи бізнесу вже не повертається на докризовий етап.

Пандемія, спричинивши суттєвий негативний вплив на роботу підприємств, відкрила нові можливості для розвитку бізнесу, переходу його на новий рівень або навіть еволюційний етап розвитку. Діджиталізація бізнес-процесів у сучасному бізнес-середовищі вже є не просто конкурентною перевагою якогось

окремого ринкового суб'єкта, а певною необхідністю, обов'язковою умовою ефективної роботи кожного підприємства на ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання забезпечення та підвищення ефективності різноманітних бізнес-процесів, побудови системи ефективного менеджменту досліджує у своїх роботах більшість науковців, зосереджуючи увагу на окремих аспектах діяльності, таких як кадровий менеджмент, налагодження операційної діяльності, побудова ефективних виробничих процесів, взаємодія зі споживачами, формування конкурентних переваг, реалізація маркетингової діяльності, здійснення ефективного стратегічного планування.

Останнім часом більшу увагу науковці стали приділяти дослідженню питань впровадження та використання інформаційних технологій у діяльності сучасних підприємств. Здебільшого об'єктом їх досліджень є налагодження ефективної системи інтернет-маркетингу, активізації збуту продукції підприємства в онлайн-форматі, тобто вбудовування ефективної системи e-commerce. До кола цих науковців можна віднести таких, як О.П. Афанасьєва [1], С.О. Кучеркова [2], Л.В. Турчин [3; 4], Р.Ю. Царьов [5].

Питання діджиталізації бізнесу як комплексного механізму налагодження діяльності підприємств на всіх етапах менеджменту знаходять своє відображення в сучасних наукових дослідженнях Б.С. Тетерятника [6], С. Бреннена, Д. Крайса [7], А.К. Коптелова [8], К.А. Куприної [9], Т. Оноре [10], М.О. Устенко, А.О. Руських [11], Д. Клерка [12].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Більшість зазначених науковців [6–9] досліджують у своїх наукових роботах сутність поняття «діджиталізація», визначаючи його відмінність від таких

понять, як «діджиталізація», «віртуалізація», «діджитал-трансформація». Інші вчені [10; 11] наголошують на важливості процесу діджиталізації в умовах сучасного бізнесу. Однак у зазначених дослідженнях відсутні конкретні механізми діджиталізації, особливості їх реалізації на різних етапах менеджменту підприємства і в різних сферах його діяльності, таких як управління персоналом, організація виробничої та операційної діяльності, реалізація функцій маркетингу, налагодження взаємодії з контрагентами. Здебільшого увага та наукові погляди вчених зосереджуються на доведенні актуальності та важливості цього процесу, що є беззаперечним, однак практичні аспекти діджиталізації залишаються поза їх увагою.

**Мета статті.** Головною метою роботи є визначення та систематизація основних інструментів та технологій діджиталізації бізнес-процесів на різних етапах та в різних сферах менеджменту як передумови ефективного управління сучасним підприємством.

**Виклад основного матеріалу.** Діджиталізація є нагальною потребою реального та ефективного функціонування будь-якого сучасного підприємства. Вона фактично є наслідком цифрової революції, що відбувається в сучасному бізнесі.

Початковим етапом цифрової революції в бізнесі можна вважати процес діджиталізації (*digitization*), сутність якого полягає у перетворенні аналогових даних на паперових носіях у цифровий формат, створенні баз даних, їх поповненні та розширенні в майбутньому [6]. Процес діджиталізації (*digitalization*) полягає у запровадженні в діяльність підприємств

сучасних інноваційних інформаційних технологій, програмних продуктів, ІТ-рішень, які спрямовані на оптимізацію бізнес-процесів, що здійснюються на підприємстві [8], тобто діджиталізація – це процес, який здебільшого стосується роботи персоналу, налагодження та побудови менеджменту компанії загалом, організації роботи підприємства на ринку, інтеграції з контрагентами, взаємодії зі споживачами, тоді як діджиталізація здійснюється у сфері даних та інформації і стосується перш за все накопичення даних, їх систематизації, формування баз даних.

Незважаючи на те, що питання діджиталізації бізнесу особливо актуалізуються саме останнім часом, перші кроки в цьому напрямі були зроблені ще всередині 1900-х років (табл. 1).

Необхідність діджиталізації бізнесу зумовлена існуванням низки таких причин:

- високий рівень турбулентності ринку вимагає швидкої реакції з боку керівництва підприємств на постійні зміни в потребах споживачів, характері діяльності контрагентів; це приводить до необхідності підвищення продуктивності бізнес-процесів, їх прискорення, що є можливим виключно за умов автоматизації та роботизації, впровадження ефективних та комплексних програмних продуктів, ІТ-рішень;

- необхідність розширення та урізноманітнення способів і форм комунікацій як всередині підприємства (між співробітниками та керівництвом), так і з суб'єктами зовнішнього середовища (споживачами, конкурентами, постачальниками, посередниками, фіс-

Таблиця 1

## Етапи діджиталізації та віртуалізації бізнесу

Період	Реалізація
1972–1980 роки	– Запровадження поняття «дистанційна робота» (“telecommuting”) Джеком Нілессом, яке знайшло відображення у виданні “The Telecommunications-Transportation Tradeoff: Options for Tomorrow”; – запровадження терміна «гнучка площа» (“flexplace”) Френком Шиффом у статті для Washington Post «Робота вдома може заощадити бензин»; – дозвіл як експерименту на роботу 5 співробітників компанії “IBM” з дому.
1981–1990 роки	– Близько 200 співробітників “IBM” працюють віддалено; – запуск технології Wi-Fi.
1991–2008 роки	– Запровадження у США міжвідомчого пілотного проекту, метою якого є налагодження віддаленої (дистанційної) роботи між працівниками урядових установ за допомогою телецентрів; – перша радіотрансляція спортивного заходу великій тисячній аудиторії телеглядачів на базі HTTP, що стало початком зародження дистанційного спілкування та обміну інформацією; – видання Конгресом США законопроекту щодо фінансування впровадження в роботу установ, зокрема урядових, режимів віддаленої роботи; – запуск корпорацією “Microsoft” технології Smooth Streaming; – розширення можливостей потокових технологій, які є нині основою для масового обміну мультимедіа, організації та проведення вебконференцій, вебінарів, зустрічей тощо.
2010–2019 роки	– У 2010 році майже 2/3 співробітників, які працюють віддалено, є повноцінними співробітниками компаній, а не фрілансерами; – 53% населення всього світу працюють віддалено хоча б один день на тиждень; – у 2012 році накладалась заборона на віддалену роботу співробітників “Yahoo” генеральним директором Маріссою Майєр.
З 2020 роки	COVID-19 – дистанційна робота.

Джерело: сформовано авторами на основі [13]

кальними органами, банківськими установами та іншими контактними аудиторіями), що зумовлює необхідність створення нових ефективних мереж нетворкінгу;

– сервізація економіки, зростання вимог споживачів до рівня сервісу компаній, доступності продукції та послуг, якості післяпродажного обслуговування клієнтів, що вимагають від сучасного підприємства використання дієвих інструментів та методів продажів, побудови програм підтримки клієнтів, розроблення більш універсальних та автоматизованих програм лояльності;

– потреба в захисті своїх співробітників, що зумовила необхідність створення умов для автоматизації документообігу, процесів постановки завдань, що є головними умовами для налагодження ефективної дистанційної роботи співробітників, забезпечення умов для віддаленого контролю ефективності та продуктивності кожного працівника, уникнення можливостей збоїв у виконанні завдань та зривів строків виконання замовлень.

Відповідно до досліджень Колум Донах'ю, діджиталізація бізнесу передбачає здійснення 5 основних етапів (рис. 1).

Результатом реалізації етапів діджиталізації та діджиталізації є віртуалізація бізнесу. Саме такий спосіб діяльності підприємства є найбільш актуальним останнім часом, коли в умовах пандемії підприємства змушені не тільки здійснювати продаж товарів в онлайн-форматі, але й взагалі переналаштовувати роботу окремих працівників та цілих офісів, переходити на віддалений формат роботи, вибудовувати нові принципи менеджменту,

налагоджувати віртуальні зв'язки між членами команди тощо.

Ефективність процесу діджиталізації бізнесу безпосередньо залежить від ефективності та комплексності інструментарію та інформаційних технологій, які застосовуються на практиці для оптимізації кожного бізнес-процесу на підприємстві. Можна узагальнити найбільш популяризовані та дієві інструменти й технології діджиталізації бізнес-процесів (рис. 2).

Кожний із зазначених інструментів не може використовуватися окремо, вони повинні поєднуватися та інтегруватися один з одним, даючи змогу більш комплексно вирішувати ті чи інші питання щодо управління певним бізнес-процесом. Саме від розуміння специфіки кожного інструменту, доцільності його використання задля вирішення тієї чи іншої управлінської ситуації чи проблеми залежить результативність та ефективність менеджменту підприємства загалом.

Найважливішу роль в умовах діджиталізації бізнес-процесів та створення умов для віртуалізації бізнесу, забезпечення зручних умов для організації віддаленої роботи відіграють технології, що забезпечують ефективне керівництво персоналом, налагодження зв'язку з контрагентами та споживачами, організацію процесів продажу продукції та надання послуг. Отже, найбільш важливим для керівництва є вибір та використання на практиці найбільш дієвих програмних продуктів для здійснення відеоконференцій, ефективних месенджерів та майданчиків для рекламування й збуту продукції та послуг.



Рис. 1. Етапи процесу діджиталізації, діджитизації та віртуалізації бізнесу

Джерело: сформовано авторами на основі [12]

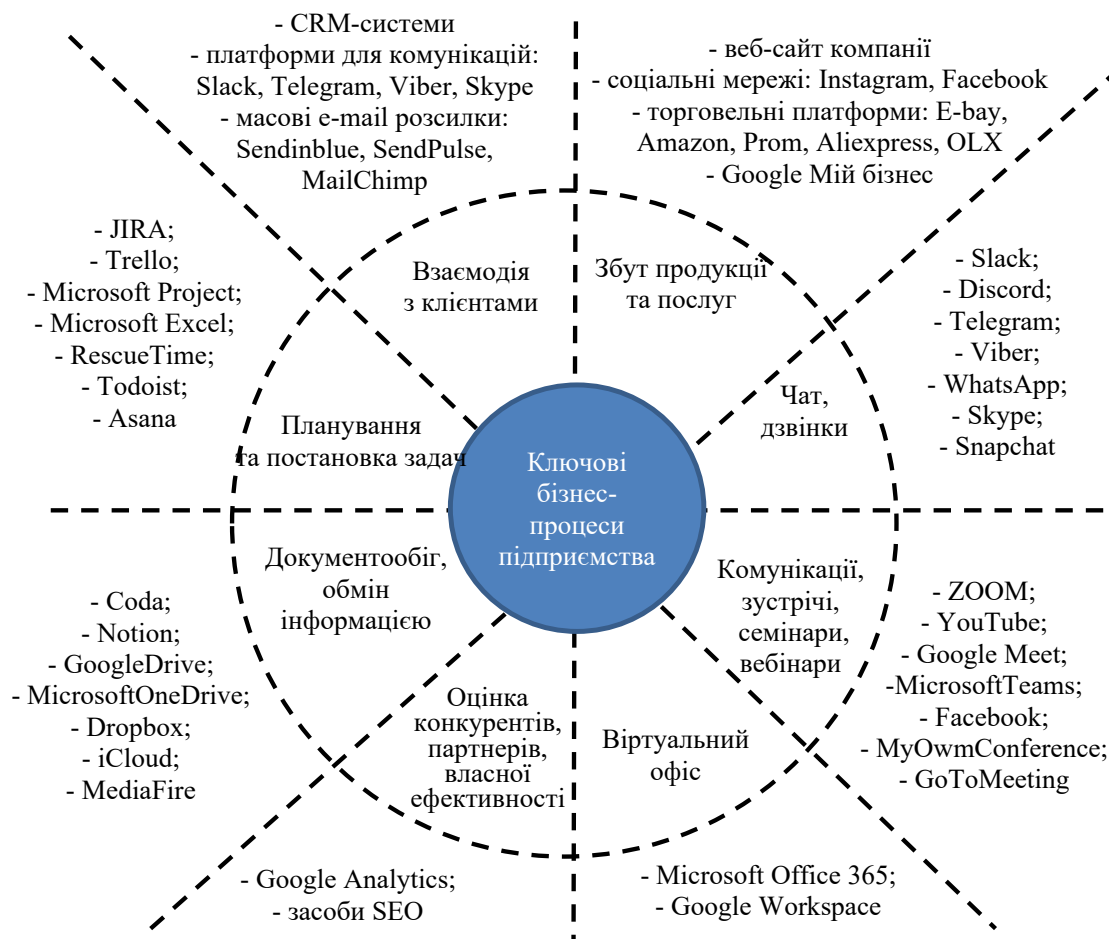


Рис. 2. Інструменти та технології діджиталізації бізнес-процесів сучасного підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі [14–17]

Серед засобів зв'язку найбільшою популярністю в Україні та світі користуються такі месенджери та засоби зв'язку, як Telegram, Viber, WhatsApp, Skype, Discord, Snapchat. Кожний з цих продуктів має свої додаткові переваги порівняно з конкурентами (табл. 2).

Серед українських користувачів найбільш популярним месенджером є Telegram. Майже 51% користувачів вибирає його для повсякденного обміну повідомленнями, 32% використовують у роботі. Другими за популярністю є Viber та Facebook Messenger. Ці месенджери користуються популярністю серед 18,5% та 8,1% респондентів відповідно. Останню позицію за популярністю займають WhatsApp (6%) та Signal (1,8%) [16].

Щодо організації віддаленої роботи, то найбільшу проблему викликає обмеженість можливостей для особистісного спілкування задля постановки завдань, звітування про хід виконання роботи, контролю досягнутих результатів, з'ясування певних проблемних питань. Задля цього на підприємствах використовуються різноманітні платформи та програмні продукти для проведення відеоконференцій, вебінарів, нарад. Найпопулярнішими серед них є Zoom, GoogleMeet, Skype, GoToMeeting, MyOwnConference (табл. 3).

Для реалізації бізнес-процесів обслуговування клієнтів, збуту продукції та послуг основними інструментами в умовах діджиталізації є соціальні мережі. Найбільшою популярністю серед них користуються Facebook та Instagram. Протягом другого півріччя 2020 року українська аудиторія Facebook зросла на мільйон осіб, а на початок 2021 року склала 16 млн. користувачів. Кількість користувачів Instagram досягла 14 млн. [18]. Згідно з даними цифрового агентства "PlusOne", така статистика свідчить про те, що діджиталізація бізнесу стає не стільки актуальною, скільки необхідною умовою збільшення продажів товарів та послуг, популяризації підприємства на різних платформах соціальних мереж, адже більш як на 1 млн. зросла аудиторія тих, кого можна охопити рекламними інструментами соціальних мереж Facebook та Instagram, а саме до 22 млн. осіб.

**Висновки і пропозиції.** Діджиталізація бізнес-процесів є викликом сучасного часу, умовою для нормального функціонування та розвитку будь-якого сучасного підприємства незалежно від його розміру, форми власності та сфери діяльності. Тільки за умов активного використання різноманітних дієвих ІТ-рішень, технологій та інструментів керів-



Таблиця 2

**Порівняння найбільш популярних месенджерів  
як інструментів діджиталізації бізнес-процесів**

Месенджер	Кількість користувачів	Додаткові переваги
WhatsApp	2 млрд. користувачів у 180 країнах світу	– Можливість створення власної бізнес-платформи; – бізнес-додатки: WhatsApp Business, Business API.
Telegram	400 млн.	– Підтримка кожного клієнта індивідуально; – створення чат-ботів.
Snapchat	398 млн., найбільш поширений у США	Зручний інтерфейс для обміну мультимедіа з текстовими підписами.
Discord	300 млн.	– Інтерфейс максимально орієнтований та налаштований для геймерів; – інтеграція зі Skype, Twitter, YouTube.
Viber	260 млн.	– Можливість використання як платформи для реклами; – інтеграція з платіжними системами для здійснення транзакцій клієнтами.
Skype	50 млн.	Інтерактивні гіфки та рухомі смайли.

Джерело: сформовано авторами на основі [14; 15]

Таблиця 3

**Порівняння сервісів для проведення відеоконференцій**

Можливості	Zoom	Google Meet	Skype	MyOwnConference	GoToMeeting
Кількість учасників	1 000, можливість поділу на групи	250, обов'язковий акаунт Google	50	5 000	Від 3 до 100
Спільний чат	+ (до 500 учасників)	+ (до 150 учасників)	+	+	+
Передавання файлів	+	+	+	+	–
Організація прямих трансляцій	+	+	+	+ (10 спікерів одночасно)	+
Шифрування даних	+	+	+	+	+
Запис	+	+	+	+	тільки аудіо
Дошка для записів та спільної роботи	указка та інструменти для створення схем	указка, інструменти для створення схем	–	указка та інструменти для створення схем	+
Інтеграція та синхронізація	Google Диск, Dropbox	Інструменти Google Workspace	Сервіси MS Office	YouTube, Google Analytics	Сервіси MS Office
Статистика	–	–	–	+	+
Збереження історії чату	експорт чату	+	+	+	експорт чату
Обмеження безкоштовної версії	40 хв., до 100 учасників	60 хв., до 100 учасників	безкоштовно між користувачами Skype, платні дзвінки на стаціонарні та мобільні телефони	відсутня, пробний період становить 30 днів; відсутній додаток для мобільних пристроїв	до 3 учасників, відсутність українського інтерфейсу

Джерело: сформовано авторами на основі [15; 17]

ництво зможе вибудувати стійкі та міцні відносини не тільки з власними працівниками, але й з усіма учасниками ринку, уникаючи будь-яких територіальних перешкод.

Перевагами діджиталізації є прискорення всіх бізнес-процесів на підприємстві, зниження витрат на операційну діяльність за

рахунок її значної оптимізації, скорочення часу на здійснення бюрократичних процедур. Все це створює значні конкурентні переваги підприємству на ринку, його відповідність вимогам часу та потребам споживачів, відповідно, є базисом для ефективності менеджменту.

**Список використаних джерел:**

- Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг : опорний конспект лекцій. Харків : Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2017. 130 с.
- Кучеркова С.О. Використання інформаційних технологій для просування малого бізнесу: зарубіжний досвід. *Облік і фінанси*. 2017. № 1. С. 161–167. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2017\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2017_1_20) (дата звернення: 23.06.2021).

3. Турчин Л.В., Островерхов В.М. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. Вип. 24. С. 75–85. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38298/1/%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%87%D0%B8%D0%BD.pdf> (дата звернення: 23.06.2021).
4. Турчин Л.В., Монастирський Г.О. Social Media Marketing як інструмент просування підприємств-надавачів транспортних послуг. *Економічний аналіз*. 2018. № 1. Т. 28. С. 258–264.
5. Царьов Р.Ю. Електронна комерція : навчальний посібник з підготовки бакалаврів. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. 297 с.
6. Тетерятник Б.С. Діджиталізація та діджиталізація в контексті віртуалізації господарської діяльності. *Інноваційна система та інформаційні технології в сучасній науці* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Харків, 20 жовтня 2017 року). Харків, 2018. URL: <https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2018/03/Teteriatnyk.pdf> (дата звернення: 23.06.2021).
7. Brennen S., Kreiss D. Digitalization and Digitization. *Culture Digitally*. URL: <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization> (дата звернення: 23.06.2021).
8. Коптелов А.К. Digitization (оцифровка) vs Digitalization (цифровизация). *Консультант, преподаватель, аналитик*. URL: <http://koptelov.info/digitization-digitalization> (дата звернення: 23.06.2021).
9. Куприна К.А. Диджиталізація: поняття, предпосылки возникновения и сферы применения. *Качество информационных услуг* : материалы международной научно-практической конференции (г. Тамбов, 31 мая 2016 года). URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=26383210> (дата звернення: 23.06.2021).
10. Оноре Т. Диджиталізація – не мода, а способ развития бизнеса. *Columbus*. URL: <http://www.columbusglobal.com/ru-ru/insights/blogs/2016/08/digitization-is-notintangible-business-development> (дата звернення: 05.05.2021).
11. Устенко М.О., Руских А.О. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 68. С. 181–192. URL: [http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2712/1/VETP\\_2019\\_68\\_181\\_192.pdf](http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2712/1/VETP_2019_68_181_192.pdf) (дата звернення: 23.06.2021).
12. Діджиталізація: як не відстати на шляху до майбутнього. *Kyivstar business hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/didzhitalizaciya-yak-ne-vidstati-na-shlyahu-do-majbutniogo> (дата звернення: 29.06.2021).
13. The History of Telecommuting. *ALLIED*. URL: <https://www.alliedtelecom.net/the-history-of-telecommuting> (дата звернення: 29.06.2021).
14. Топ месенджерів в Україні та світі 2020. *MARKETER*. URL: <https://marketer.ua/ua/top-messengers-in-ukraine-and-the-world> (дата звернення: 03.07.2021).
15. Топ-10 відеопрограм для проведення дистанційної роботи. *Правда: новини*. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/luchshie-programmy-dlya-videokonferenci> (дата звернення: 03.07.2021).
16. Для 50,6% Telegram – основной мессенджер. Результаты опроса AIN.UA. *AIN.UA*. URL: <https://ain.ua/2021/01/26/dlya-506-telegram-osnovnoj-messendzher-rezultaty-oprosa-ain-ua> (дата звернення: 03.07.2021).
17. Лучшие программы для видеоконференций. *КОМЬЮНИТИ*. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/luchshie-programmy-dlya-videokonferenci> (дата звернення: 03.07.2021).
18. Facebook та Instagram в Україні. *PLUSONE*. URL: <https://plusone.com.ua/research> (дата звернення: 23.07.2021).

## References:

1. Afanasieva O.P. (2017) Internet-marketynh [Internet marketing]. Kharkiv: Kharkivskiy derzhavnyi unver-sytet kharkhuvannya ta torhivli. (in Ukrainian)
2. Kucherko S.O. (2017) Vykorystannya informatsiynykh tekhnolohii dlia prosuvannya maloho biznesu: zarubizhnyi dosvid [Using information technologies for the promotion of small business: foreign experience]. *Oblik i finansy*, no. 1, pp. 161–167. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2017\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2017_1_20) (accessed 23 June 2021).
3. Turchyn L.V., Ostroverkhov V.M. (2019) Suchasni trendy internet-marketynhu. [Modern trends in Internet marketing]. *Regionalni aspekty rozvytku produktyvnykh syl Ukrainy*, no. 24. pp. 75–85. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38298/1/%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%87%D0%B8%D0%BD.pdf> (accessed 23 June 2021).
4. Turchyn L.V., Monastyrskiy H.O. (2018) Social Media Marketing yak instrument prosuvannya pidpriemstv-nadavachiv transportnykh posluh [Social media marketing as an enterprise product promotion tool]. *Ekonomicznyy analiz*, vol. 28, no. 1, pp. 258–264.
5. Tsarov R.Yu. (2010) Elektronna komertsiiia [E-commerce]. Odessa: ONAZ im. O.S. Popova. (in Ukrainian)
6. Teteriatnyk B.S. (2018) Didzhytyzatsiia ta didzhytalizatsiia v konteksti virtualizatsii hospodarskoi diialnosti [Digitization and Digitization in the context of virtualization of economic activity]. *Innovatsiina sistema ta informatsiini tekhnolohii v suchasni nauksi* : mater. vseukr. nauk.-prakt. konf. (Kharkiv, October 20, 2017). Kharkiv. URL: <https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2018/03/Teteriatnyk.pdf> (accessed 23 June 2021).
7. Brennen S., Kreiss D. (2014) Digitalization and Digitization. *Culture Digitally*. URL: <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization> (accessed 23 June 2021).
8. Koptelov A.K. (2020) Digitization (otsyfrovka) vs Digitalization (tsyfrovyzatsiia). *Konsultant, prepodavatel, analytyk*. URL: <http://koptelov.info/digitization-digitalization> (accessed 23 June 2021).
9. Kupryna K.A. (2016) Dydzhytalizatsiia: poniatye, predposylky voznyknoveniya y sfery pryomeneniya. [Digitalization: concept, prerequisites and scope]. *Kachestvo ynformatsyonnykh usluh*: mater. mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Tambov, May, 31, 2016). URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=26383210> (accessed 23 June 2021).
10. Onore T. (2016) Dydzhytalizatsiia – ne moda, a sposob razvytyia byznesa [Digitalization is not a fashion, but a way of business development]. *Columbus*. URL: <http://www.columbusglobal.com/ru-ru/insights/blogs/2016/08/digitization-is-notintangible-business-development> (accessed 23 June 2021).
11. Ustenko M.O., Russkikh A.A. (2019) Didzhytalizatsiia: osnova konkurentospromozhnosti pidpriemstva v realiakh tsyfrovoy ekonomiky [Digitalization: the foundation of enterprise competitiveness in the realities of the digital economy]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 68, pp. 181–192. URL: [http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2712/1/VETP\\_2019\\_68\\_181\\_192.pdf](http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2712/1/VETP_2019_68_181_192.pdf) (accessed 23 June 2021).
12. Didzhytalizatsiia: yak ne vidstaty na shliakhu do maibutnoho (2021) [Digitalization: how not to lag behind on the way to the future]. *Kyivstar business hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/didzhitalizaciya-yak-ne-vidstati-na-shlyahu-do-majbutniogo> (accessed 29 June 2021).
13. The History of Telecommuting (2020) *ALLIED*. URL: <https://www.alliedtelecom.net/the-history-of-telecommuting> (accessed 29 June 2021).

14. Top mesendzheriv v Ukraini ta sviti 2020 (2020). [Top messengers in Ukraine and the world 2020]. *MAR-KETER*. URL: <https://marketer.ua/ua/top-messengers-in-ukraine-and-the-world> (accessed 03 July 2021).
15. Top-10 videoprogram dlia provedennia dystantsiinoi roboty (2021). [Top 10 video programs for remote work]. *Pravda: novyny*. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/luchshie-programmy-dlya-videokonferenci> (accessed 07 July 2021).
16. Dlia 50.6% Telegram – osnovnoi messendzher. Rezultaty oprosa AIN.UA. (2020) [For 50.6%, Telegram is the main messenger. AIN.UA poll results]. *AIN.UA*. URL: <https://ain.ua/2021/01/26/dlya-506-telegram-osnovnoj-messendzher-rezultaty-oprosa-ain-ua> (accessed 07 July 2021).
17. Luchshye prohranny dlia vydeokonferentsyi (2021). [The best programs for video conferences]. *KOMI-uNYTY*. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/luchshie-programmy-dlya-videokonferenci> (accessed 07 July 2021).
18. Facebook ta Instagram v Ukraini (2021). [Facebook and Instagram in Ukraine]. *PLUSONE*. URL: <https://plusone.com.ua/research> (accessed 07 July 2021).

**Чкан А. С.  
Кириченко Н. В.  
Касай П. Г.**

Запорожский национальный университет

## ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК БАЗИС ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

### Резюме

В статье исследована сущность понятия «диджитализация», определены его отличие от понятия «диджитизация» и связь с понятием «виртуализация». Доказаны актуальность и необходимость диджитализации бизнес-процессов в деятельности современного предприятия как базиса его активного и эффективного функционирования на рынке. Обобщены инструменты и технологии, за счет использования которых может осуществляться диджитализация ключевых бизнес-процессов на предприятии независимо от формы собственности, размера и сферы деятельности, такие как планирование и постановка задач перед персоналом, документооборот и обмен информацией, осуществление коммуникаций между работниками и руководством, организация встреч, семинаров, вебинаров, сбыт продукции и услуг, налаживание и поддержание отношений с клиентами, оценка конкурентов, партнеров и собственной эффективности, комплексная организация работы офиса дистанционно.

**Ключевые слова:** диджитализация, виртуализация, бизнес-процесс, информационные технологии, ИТ-решения, эффективность.

**Chkan Anna  
Kyrychenko Natalya  
Kasai Polina**

Zaporizhzhia National University

## DIGITALIZATION OF BUSINESS PROCESSES AS A BASIS FOR ENSURING EFFECTIVE MANAGEMENT OF A MODERN ENTERPRISE

### Summary

In the article the essence of definitions “digitalization”, “digitization” and “virtualization” of business processes are determined. The author proves that all these areas of activity are the stages of the modern information revolution in the business environment. It is determined that digitization involves the conversion of analog data on paper into digital format, and digitalization is the introduction of modern innovative information technologies, software products, IT solutions in the activity of enterprises. All these processes are aimed at optimizing the management of enterprises. Both of them are the basis of the virtualization of modern business. The article summarizes the reasons for the need to digitalize business processes: the necessity of quick adaption to the changes in consumers’ demands, of establishment of strong relationships with them, of building effective communication with external market participants and employees, of coordination and organization of remote work of employees. As a result of the research in the article the basic tools and technologies of digitalization of business processes of the modern enterprise of any form of ownership, the size and sphere of activity are generalized: planning and setting tasks for staff, document management and information exchange, communications between employees and management, organization of meetings, seminars, webinars, sales of products and services, establishing and maintaining relationships with customers, evaluation of competitors, partners and own efficiency, comprehensive organization of office work remotely. In the work the comparative analysis of various tools and technologies are carried out (messengers as tools for digitalization of business processes, services for video conferencing), the advantages and disadvantages of them are revealed. According to the results of the study, the advantages of digitalization are determined. These advantages are: acceleration of all business processes at the enterprise, reduction of expenses for operational activity due to its considerable optimization, reduction of time for implementation of bureaucratic procedures. All this creates significant competitive advantages for the company in the market, its compliance with the requirements of the time and the needs of consumers, and accordingly is the basis for management efficiency.

**Keywords:** digitalization, virtualization, business-process, information technology, IT-solutions, efficiency.