

# Marketing of innovations. Innovations in marketing

---



2022

University of Economics and Humanities  
Bielsko-Biala, Poland

Materials of the International Scientific Internet Conference

**MARKETING OF  
INNOVATIONS.  
INNOVATIONS IN MARKETING**

December 2022

Editor in Chief: Sergii Illiashenko, Doctor of Economics, Professor.  
University of Economics and Humanities, Bielsko-Biala, Poland

Reviewers:

Olha Prokopenko, Doctor of Economics, Professor.  
Estonian Entrepreneurship University of Applied Sciences, Scientific  
and technical organization Teadmus (Tallinn).

Svitlana Kovalchuk, Doctor of Economics, Professor.  
Khmelnyskyi Cooperative Trade and Economic Institute,  
Ukraine

**Marketing of innovations. Innovations in marketing** (2022).  
Materials of the International Scientific Internet Conference  
(December, 2022). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition]

The topical issues of marketing of innovations and innovations in marketing, market-oriented management of innovation development, digital marketing, etc. are considered.

The materials are submitted to the author's version. The authors are responsible for the accuracy, reliability and content of the submissions.

**ISBN 97-83-63649-12-8**

© 2022 Authors

<b>Ковтуненко К.В., Ковтуненко Н.М., Наумчак В.В.</b>	
Особливості цифрової маркетингової політики підприємства під час релокації бізнесу за кордон .....	234
<b>Кріцак О.М.</b> Маркетингові інструменти розвитку корпоративної архітектури суб'єкта господарювання в цифровій економіці .....	237
<b>Лебеденко С.О., Черненко О.В.</b> Застосування штучного інтелекту в маркетингу .....	239
<b>Лорві І.Ф., Некритюк Б.В.</b> Twitter як інструмент формування бренду особистості .....	242
<b>Прядко О.М., Олініченко К.С.</b> Формування бізнес-моделі у цифровому просторі .....	245
<b>Прядко О.М., Тарасов І.Ю.</b> Вплив діджиталізації на вітчизняний ринок реклами .....	247
<b>Телстов О.С., Подус К.О., Телстов Д.О.</b> Вплив цифрової трансформації на управління в умовах адміністративної реформи .....	251
<b>Чміль Г.Л.</b> Моделювання стратегії адаптивної цифрової поведінки підприємства роздрібно́ї торгівлі .....	254

## 7. MARKETING IN CONDITIONS OF TECHNOLOGICAL TRANSFORMATIONS

<b>Zozulov O., Tsarova T.</b> Marketing activity of industrial and manufacturing enterprises in the context of fundamental changes in the marketing environment .....	258
<b>Гармаш С.В.</b> Сучасні виклики для українського бізнес-середовища в умовах VUCA-світу .....	260
<b>Гриневич Л.В., Смотров Д.В.</b> Тенденції розвитку рітейлу в Україні в період пандемії COVID-19 .....	263
<b>Захарченко В.І., Кокул Я.О.</b> Сучасний стан світової економіки та тенденції її розвитку .....	269
<b>Жегус О.В.</b> Еволюція концепцій маркетингу в умовах сучасних трансформацій .....	272
<b>Мироненко М.А., Колісник О.А.</b> Виробничі концепції, зміна технологічних укладів та маркетинг .....	277

Прядко О.М., к.е.н., доцент  
Олініченко К.С., к.е.н., доцент  
Державний біотехнологічний університет

## **ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ У ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ**

Розвиток сучасних ринків, бізнес-структур, утворення нових каналів інформаційних комунікацій між ними, формування нової системи економічних відносин супроводжується імплементацією інформаційних технологій в процеси управління діяльністю та спосіб життя населення, які в ХХІ столітті поступово трансформуються в цифрові та кардинально змінюють поведінку учасників споживчого ринку, ідеологію нового покоління людей в соціумі [1; 2; 3]. Тобто, в цей час, ключовим викликом суспільству та бізнесу стає всеохоплюючий процес цифровізації (з англ. digitalization), який «виступає одним із головних чинників зростання світової економіки, оскільки завдяки їй не тільки підвищується продуктивність праці (пряма перевага), а й відбувається економія часу, створюються новий попит на нові товари і послуги, нова якість та цінність (непряма перевага) тощо» [4].

Існує три сфери цифрової трансформації: клієнтський досвід; операційні процеси; бізнес-моделі. Як правило, компанії не спрямовують свої зусилля на цифровій трансформації відразу в усі три сфери, кожна компанія обирає свій шлях цифрової трансформації, яка виходить з особливостей діяльності підприємства. Головним фактором, що активізує становлення і розвиток цифровізації економіки, безперечно, є інновації, однак, варто відмітити, що найбільш успішні інноваційні прориви за останні десятиліття в світовій економіці були не технологічними, а пов'язаними з трансформацією бізнес-моделей. Найяскравіший приклад - це компанія Uber, революція, яку зробила компанія на ринку транспортних послуг таксі, ґрунтується не на платформі, а саме на новій бізнес-моделі компанії.

Модель бізнесу, яка заснована на мережевій взаємодії, за допомогою цифрової платформи, безумовно, ефективна в

цифровій економіці і забезпечує компаніям незаперечну конкурентну перевагу. Прогресивні компанії традиційного бізнесу, бізнес-модель яких не може бути трансформована, прагнучі зберегти свій бізнес і придбати конкурентні переваги в цифровому середовищі, знайшли вихід в гібридному підході, який передбачає об'єднання декількох видів бізнес-моделей. Як приклад успішної практики гібридного підходу до трансформації моделі бізнесу можна привести такі п'ять відомих світових компаній як Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon і Facebook, однією із складових успіху є поєднання основної бізнес-моделі з моделлю бізнесу мережевої взаємодії на основі цифровізації платформи. Це дозволило даним компаніям домогтися ефекту синергії в рамках своєї моделі, диференціювати ключові елементи послуг за параметрами зростання, прибутку і ринкової вартості та стати «цифровими суперкомпаніями».

Зростання бізнесу на основі цифрових технологій - це обов'язкова умова розвитку цифрової економіки.

Для впровадження нових бізнес-моделей на основі цифрових платформ з метою забезпечення конкурентоспроможності в цифрову економіку, компаніям необхідно виконати наступні заходи:

1. Розвивати компетенції команди Лідерів і персоналу в сфері цифрового менеджменту.

2. Прийняти і активно використовувати підхід «Портфель бізнес-моделей» до власної стратегії зростання.

3. Визначити зростання і перспективи розвитку, гармонійно поєднувати нові і старі бізнес-моделі: сформулювати місію, бачення та мету компанії таким чином, щоб залучити нових перспективних і компетентних співробітників, утримати клієнтів і зацікавити інвесторів.

4. Удосконалити операційну модель на основі динамічного портфелю бізнес-моделей

5. Оновити показники: розробити параметри і правила взаємодії з клієнтами і партнерами, які відповідають цифровому простору.

Справедливо зазначено, що «цифрова трансформація економіки зумовлює зміну правил гри та є підґрунтям

виникнення нового типу економіки, що відрізняється нелінійною (експоненційною) швидкістю поширення інновацій, глибиною та масштабом проникнення цифрових технологій, силою впливу цифрових комплексів і систем. Їх застосування змінює спосіб мислення та мотивацію рішень в економічній поведінці, у принципах організації й роботи сучасних підприємств і всього економічного механізму функціонування держави» [3].

Все вищезазначене стимулює підприємства комбінувати різні бізнес-моделі та генерувати нові в умовах цифровізації.

### **Список використаних джерел:**

1. Pyroh O., Kalachenkova K., Kuybida V., Chmil H., Kiptenko V., Razumova O. The influence of factors on the level of digitalization of world economies. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol. 21. No. 5. P. 183–191.

2. Чміль Г.Л. Трансформація простору функціонування бізнес-структур під впливом цифровізації: вимір маркетплейсів. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2021. № 1. С. 391–405.

3. Чміль Г.Л. Адаптивна поведінка суб'єктів споживчого ринку в умовах цифрової трансформації економіки: теорія, методологія та практика : монографія. Харків: Видавець Іванченко І. С. 2021. 377 с.

4. Шевчук І. Б., Депутат Б. Я., Тарасенко О. Є. Цифровізація та її вплив на економіку України: переваги, виклики, загрози й ризики. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 2. С. 173–177.

Прядко О.М., к.е.н., доцент

Тарасов І.Ю., к.е.н., доцент

Державний біотехнологічний університет

## **ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК РЕКЛАМИ**

Динамічні зміни в усіх сферах життя людей та доступ до інновацій в інформаційних технологіях сприяли швидкому

Scientific edition

# **MARKETING OF INNOVATIONS. INNOVATIONS IN MARKETING**

Materials of the International Scientific Internet Conference  
(December, 2022)

Cover design: Daria Shypulina

**University of Economics and Humanities**  
43-300, ul. gen. Wł. Sikorskiego 4-4c, Bielsko-Biala, Poland



