АНОТАЦІЯ

Омельяненко О.М. Стратегічні вектори трансформації бізнес-моделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки за спеціальністю 051 Економіка. – Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка. – Суми, 2021.

Зміст анотації

Зміни у глобальній економіці та криза 2020 р. загострили питання структурної стійкості економіки та економічної безпеки. В цих умовах попит на послуги, зокрема в сфері креативної економіки, буде динамічно зростати, оскільки найбільш важливим товаром стають ідеї, уява і творчість. Водночас вказані тренди вимагають вироблення нових підходів до управління бізнес-моделями в сфері послуг.

Дисертаційне дослідження присвячене визначенню стратегічних векторів трансформації бізнес-моделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг та розробленню практичних рекомендацій для впровадження на підприємствах. Для досягнення мети дослідження здійснено комплексний аналіз особливостей й тенденцій трансформації бізнес-моделей в сфері послуг.

В якості методологічної основи дослідження використано ряд підходів до визначення бізнес-моделі, зокрема й як структури бізнес-процесів та зв'язків між ними, які використовуються для планування, контролю та корекції діяльності з урахуванням особливостей різних стратегічних векторів трансформації бізнес-моделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг.

Зокрема, за результатами дослідження визначено стратегічні вектори трансформації бізнес-моделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг: цифровізація та Інтернет послуг, креативність та інноваційність, коопетиція, інтеграція з виробництвом (продукт як послуга), сталість. При розгляді розвитку сфери послуг відзначено їх диференціацію за рівнем креативності та наукоємності. Визначено, що прикладом інтелектуалізації традиційної сфери послуг є ланцюги поставок високотехнологічної продукції, які можуть бути складними й поширюватися на кілька країн і навіть регіонів. Обґрунтовано стратегічні напрямки розвитку підприємств сфери послуг у відповідності із видами інновацій, виділеними за сферами впровадження.

Розглянуто спектр послуг, пов'язаних з інноваційними розвитком. У дослідженні удосконалено науково-методичний підхід до визначення особливостей бізнесу креативних підприємств та класифікацію креативних послуг. Визначено, що бізнес у сфері креативних послуг має ряд характерних рис, які диференціюються залежно від сектора та моделей взаємодії в ньому. Відзначено необхідність підвищення готовності бізнесу до розвитку в сфері надання креативних послуг. Обґрунтовано, що особливості креативних послуг необхідно розглядати в рамках відповідної бізнес-моделі, зокрема B2B або B2C, а також в контексті можливого міксу бізнес-моделей. Проведений аналіз дав можливість зробити висновок про наявність супутніх бізнес-вертикалей в рамках бізнес-стратегії у сфері креативних послуг, що зумовлено збільшенням фрагментації серед продавців та покупців та зниженням ефективності існуючих бізнес-систем.

За результатами проведеного аналізу тенденцій сфери послуг України до 2020 р., дані за який не бралися до розрахунку через їх флуктаційний характер, побудовано відповідні лінії тренду та визначено кластер послуг, обсяг реалізації яких має ознаки експоненційного зростання. До таких

віднесено чотири групи послуг, зокрема: послуги тимчасового розміщення й організації харчування, комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність, рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку. Зроблено висновок про зростання ролі креативних послуг в економіці України.

Проблематику впливу цифрової трансформації на бізнес-моделі сфери послуг розглянуто на основі управління бізнес-процесами. Визначено, що перевагами цифрової трансформації є зростаючі можливості, оскільки сучасні інформаційно-комунікаційні технології дозволяють ефективно змінювати послугу під потреби клієнтів або створювати кардинально нову продукцію. Показано, що зміни організаційних можливостей в сфері послуг виникають в результаті ефектів технологічних платформ.

На основі аналізу індексу ефективності ринку товарів та послуг, ефективності ринку праці, динамізму бізнесу, інноваційного потенціалу економіки, включених до Global Competitiveness Report, визначено кореляцію з індексом розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (Global Innovation Index), що дозволило зробити висновок про високу роль цифрової складової побудови бізнес-моделей. Проведене дослідження підприємств Сумської та Харківської областей дозволило відзначити середній рівень цифрових компетенцій і мотивації керівників підприємств до цифрової трансформації. При цьому мотивація у підприємств сфер послуг є нижчою за середньогалузеві значення.

Проведений аналіз використання ІКТ на підприємствах сфери послуг дав змогу визначити ряд суперечливих тенденцій, що стали причинами значного падіння економічної активності сфери послуг у 2020 р. – початку 2021 р., оскільки значна частка підприємств виявилася «ізольованою» від клієнтів та партнерів.

В дослідженні запропоновано складові стратегії цифрової трансформації

та рівні цифрової трансформації сфери послуг. В якості об’єкта апробації розроблених складових стратегії клієнторієнтованості було обрано діяльність цифрових агентств. Визначено, що цифрове агентство є суб’єктом-хабом визначеного кластеру провідних послуг України (послуги з тимчасового розміщення й організації харчування, комп'ютерного програмування, консультування та пов'язаної з ними діяльності, рекламної діяльності і дослідження кон'юнктури ринку) та водночас інноваційним учасником сфери послуг. Цифрове агентство – це компанія, яка здатна надати клієнту експертну оцінку і реалізацію ідей в створенні та просуванні веб-сайтів, стратегії, реклами та клієнтського сервісу. За результатами дослідження узагальнено перелік послуг, які надаються цифровими агентствами.

Удосконалені аналітичні основи аналізу ефективності бізнес-моделі підприємств сфери послуг ґрунтуються на використанні DEA-аналізу та індексу Мальмквіста й на відміну від існуючих дають змогу оцінити вплив стратегічних векторів трансформації бізнес-моделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг.

Для оцінювання ефективності бізнес-моделі розглянуто траєкторію розвитку бізнесу на основі використання SWOT-методу та побудови SPACE-матриці з урахуванням елементів бізнес-моделі. Запропоновано шкалу оцінок складових бізнес-моделі та визначено найбільш проблемні елементи бізнес-моделі.

Проведено аналіз особливостей цифрової трансформації бізнес-процесів в результаті реалізації завдань цифрового маркетингу. Визначено, що основною проблемою сучасного цифрового маркетингу експерти та практики вважають фрагментований підхід до вирішення завдань клієнта. Визначено практичні аспекти використання фізичних (оф-лайн) і цифрових (он-лайн) каналів комунікацій, що дає інноваційну можливість повністю прослідковувати шлях клієнта. Розроблено науково-методичні основи

побудови бізнес-моделі функціонування цифрового агентства, що комплексно враховують особливості взаємодії B2B та B2C, специфіку бізнес-моделі цифрового маркетингу послуг й дають змогу успішно реалізувати стратегічні вектори цифровізації, коопетиції та інноваційності. Розроблено моделі бізнес-процесів, що ілюструють проактивний підхід та базуються на концепції CRM (управління життєвим циклом клієнта). В рамках заняття проактивної позиції команди на основі CRM компанія має бути максимально залучена в розробку, активно пропонуючи та обґрунтовуючи замовникові ідеї на основі наявного досвіду створення конкурентоздатних цифрових продуктів та інструменти перевірки ідей клієнта й пакета ідей, що сформують вимоги до майбутнього продукту. Також запропоновано бізнес-модель використання аналогів при розробленні цифрового продукту в сфері послуг, що дозволяє підвищити точність визначення вартості майбутнього проєкту. Особливу увагу приділено вигодам від використання бази значень вартості і параметрів аналогів.

Ключові слова: бізнес-модель, економічна ефективність, стратегічний вектор трансформації бізнес-моделі, сфера послуг, цифровізація, інновації, клієнтоорієнтованість, цифрове агентство.

СПИСОК НАУКОВИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділи монографій

1. **Омельяненко О.М.** Digital-маркетинг в системі розвитку бізнесу. Тестування та оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій: монографія / за заг. ред. канд. екон. наук Є. І. Нагорного. Суми: ТРИТОРІЯ, 2019. С. 302–316.

Статті у фахових виданнях України

2. Омельяненко В.А., **Красна О.М.** Фінансове забезпечення інноваційного процесу у сфері національної безпеки. *Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму* (***індексується Index Copernicus***). 2018. № 3. С. 51–65.

3. Омельяненко В.А., **Омельяненко О.М.** Аналітико-стратегічні аспекти системної стійкості інноваційної системи. *Причорноморські економічні студії* (***індексується в Index Copernicus***). 2018. № 32. С. 61–65.

4. **Омельяненко О.М.** Аналіз трансформації бізнес-процесів підприємства в ході цифрового маркетингу. *Причорноморські економічні студії* (***індексується в Index Copernicus***). 2019. № 47 (1). С. 136–140.

5. **Омельяненко О.М.** Аналіз особливостей креативних послуг із погляду побудови бізнес-стратегій. *Причорноморські економічні студії* (***індексується в Index Copernicus***). 2020. № 58 (2). С. 45–50.

6. Кудріна О. Ю., Омельяненко В. А., **Омельяненко О. М.** Стратегічні аспекти вироблення інноваційної політики в контексті сталого розвитку та безпеки країни. *Ефективна економіка* (***індексується в Index Copernicus***). 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8413.

7. **Омельяненко О.М.** Особливості трансформації бізнес-моделей в сфері послуг. *Причорноморські економічні студії* (***індексується в Index Copernicus***). 2020. № 60 (1). С. 134–139.

8. Омельяненко В.А., **Омельяненко О.М.**, Артюхова Н.О. Маркетинг цифрових інновацій у контексті сталого розвитку регіону. *Економіка та держава* (***індексується в Index Copernicus***). 2021. № 4. С. 72–77.

Статті у закордонних наукових виданнях

9. Robul Yu., Lytovchenko I., Tchon Li, Nagornyi Ye., **Omelianenko O.** Digital marketing tools in the value chain of an innovative product. International *Journal of Scientific & Technology Research* (***індексується в Scopus***). 2020. Vol. 9. Iss. 4. pp. 158–165.

Праці апробаційного характеру

10. **Омельяненко О.М.** Майбутнє України: електронна комерція. *Україна майбутнього*: Матеріали міжнародного науково-освітнього круглого столу студентів та молодих учених, 15–17 вересня 2017 р., м. Суми. – Суми: СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2017. С. 35–36.

11. **Омельяненко О.М.** Інструментарій бізнес-аналітики для забезпечення ефективного форсайту. *Економіка, інноватика та сучасні бізнес-технології: актуальні проблеми та розвиток*: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 10–11 червня 2019 року). Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2019. С. 40–46.

12. **Омельяненко О.М.** Основи проектного підходу до організації діяльності сучасних Digital-агентств. *Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології у виробництві та освіті: стан, досягнення, перспективи розвитку*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної Internet-конференції. Черкаси, 2020. С. 84–86.

13. **Омельяненко О.** Перспективні напрями цифровізації сфери послуг. *Вища освіта – студентська наука – сучасне суспільство: напрями розвитку*: матеріали Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Київ, 18 березня 2020 р.: [зб. тез] / ПВНЗ «Міжнар. наук.-техн. ун-т ім. акад. Юрія Бугая, каф. ЮНЕСКО «Інформ.– комунік. технології в освіті». Київ: [б. в.], 2020. С. 254–257.

14. **Омельяненко О.М.** Аналіз підходів до оцінки впливу цифрової трансформації на бізнес-процеси. *Економіка, управління, освіта і наука: трансфер теорії і практики в умовах цифрової глобалізації*: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 14–15 січня 2020 року, м. Мелітополь. 2020. С. 54–56.

15. **Омельяненко О.М.** Аналіз основних складових стратегії цифрової трансформації бізнесу. *Актуальні проблеми науково-промислового комплексу регіонів*. Матеріали VI Всеукраїнської науково-технічної конференції, 13–17 квітня 2020 р., м. Рубіжне / О.А. Колпакова, І.М.Свилогузов. Рубіжне: видавець О. Зень, 2020. С. 221–223.

16. **Омельяненко О.М.** Стратегічні аспекти цифрової трансформації бізнес-процесів в Україні. *Економіка, фінанси, управління: наукові підходи та практика реалізації*: зб. матеріалів здобувачів вищої освіти і молодих вчених ІІІ Всеукр. наук. – практ. конф. / за ред. Танклевської Н.С. Херсон: ХДАУ, 2020. С. 133–135.

17. **Omelyanenko O.M.** Practical issues of creative services business development strategies. *Corporate Governance: Strategies, Processes, Technology*: IV International scientific conference (October 23th, 2020. Leipzig, Germany). Riga, Latvia: «Publishing House «Baltija Publishing», 2020. pp. 83–87.

18. **Omelyanenko O.M.** New trends of business processes management in services sector. *Global Economic Trends: New Opportunities and Threats*: International Scientific Conference (November 20th, 2020. Le Mans, France). Riga, Latvia: «Publishing House «Baltija Publishing», 2020. pp. 42–46.

19. Omelyanenko V.A., **Omelianenko O.M.** Digital component of relationship marketing in services sector. M*arketing of innovations. Innovations in marketing*. Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2020). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition]. 2020. pp. 105–107.

20. **Омельяненко О.М.** Аналіз рівнів цифровізації бізнес-процесів. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*: тези доповідей XXVIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2020, 28–30 жовтня 2020 р.: у 5 ч. Ч. ІІІ. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». С. 226.

21. **Омельяненко О.М.** Аналіз цифрових стратегій в контексті тенденцій сервізації економіки. *Інформаційні технології в соціокультурній сфері, освіті та економіці*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної

конференції студентів і молодих учених (м. Київ, 21 квітня 2020 р.). / М-во освіти і науки України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Видавничий центр КНУКіМ, 2020. С. 120–122.

22. **Омельяненко О.М.** Text Mining як перспективна технологія бізнес-аналітики: лінгвістичні особливості та практичні аспекти. *Академічна культура дослідника в освітньому просторі: європейський та національний досвід*: збірник матеріалів ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 14–15 травня 2020 року) / за ред. О. М. Семеног. Суми: Видавництво СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2020. С. 121–126.

23. **Омельяненко О.М.** Тенденції розвитку сфери креативних послуг. *Економіка, інноватика та сучасні бізнес-технології: актуальні проблеми та розвиток*: Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 25 червня 2020 р.). Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. С. 55–57.

24. Omelyanenko V.A., **Omelianenko O.M.** Digital services as a component of reginal innovation systems. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies*: International scientific conference (January 22–23, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021. pp. 172–176.

25. **Омельяненко О.М.** Проєктно-мережеві основи побудови архітектури підприємства. *Сучасні інформаційні технології та системи в управлінні*: Зб. матеріалів ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених, аспірантів і студентів; 15–16 квітня 2021 р. Київ: КНЕУ, 2021. С. 83–84.