

УДК 330.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-63>**Яковенко Я.Ю.**

Ph.D. з економіки, доцент кафедри економіки,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5042-2701>

Білик М.Ю.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9660-3708>

Олійник Є.В.

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри обліку і фінансів,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8943-0992>

Yakovenko Yaroslava, Bilyk Maryna, Oliynyk Yevheniya
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskiy National University

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР: СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ В ЕПОХУ ІННОВАЦІЙ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН

Світ стрімко діджиталізується, і бізнес-структури не можуть залишатися осторонь. Цифрова трансформація стає ключовим фактором успіху в епоху інновацій та динамічних технологічних змін. У дослідженні розглянуто успішні кейси цифрової трансформації в різних секторах економіки та стратегічні напрями та рекомендації для підприємств щодо адаптації до вимог цифрової епохи та максимізації вигод від інноваційних технологій. Отримані у ході дослідження результати сприяють поглибленню розуміння важливості цифрової трансформації для сучасних бізнес-структур та надають підґрунтя для подальших досліджень у цій області. На прикладі Amazon доведено, що цифрова трансформація дозволяє суб'єктам господарювання істотно підвищити свою конкурентоспроможність, оптимізувати бізнес-процеси, вийти на нові ринки та створити нові джерела доходу.

Ключові слова: діджиталізація, цифрова трансформація, інновації, інформаційна модернізація, цифрова стратегія.

DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS STRUCTURES: STRATEGIC GUIDELINES IN THE ERA OF INNOVATION AND TECHNOLOGICAL CHANGES

Digital transformation has become a crucial factor in achieving success in this age of innovation and dynamic technological change. The purpose of the study is to research the impact of digital transformation on the functioning of business structures, develop recommendations for optimizing strategic guidelines under the influence of large-scale digitalization processes in the economy, and reveal what strategic principles and approaches companies use to adapt to the digital environment. The following research methods were used in the article: generalization and synthesis during the study of the theoretical work of foreign and domestic scientists, statistical analysis, and case method - during the study of the market position of the Amazon organization and the processes of digital transformation in it. This study explores successful cases of digital transformation across various sectors of the economy, as well as strategic directions and recommendations for enterprises to adapt to the requirements of the digital age and maximize the benefits of innovative technologies. The article discusses the concept of digital transformation of business structures. It is noted that building a scalable infrastructure using cloud services and virtualization allows organizations to easily adapt to changes in technological requirements without significant upfront investment in hardware or infrastructure changes. The results obtained during the research contribute to a better understanding of the importance of digital transformation for modern businesses, and provide a basis for further research in this area. Using the Amazon business case as an example, several key strategic guidelines were identified that contribute to successful adaptation to the era of innovation and technological changes, in particular: customer orientation, platform strategy, implementation of artificial intelligence solutions to optimize management processes, flexibility and adaptability. By taking Amazon as an example, it has been proven that digital transformation allows business entities to significantly increase their competitiveness, optimize business processes, enter new markets, and create new sources of income.

Keywords: digitization, digital transformation, innovation, information modernization, digital strategy.

JEL classification: D70, O33, O35

Постановка проблеми. Забезпечення інноваційного розвитку бізнес-структур з урахуванням сучасних тенденцій цифрової трансформації є ключовим фактором їх успішності у перспективі. Перехід до інноваційного розвитку структур бізнесу відповідає актуальним вимогам сучасного бізнес-середовища для

будь-якої компанії, незалежно від сфери її діяльності, чи це цифровий бізнес чи реальний сектор. Цифрова трансформація бізнесу передбачає інтеграцію цифрових технологій у бізнес-операції, що призводить до фундаментальних змін у тому, як перебудовується організаційна структура, змінюються сервісні послуги,

джерела та форми отримання доходу, залучається усе більше споживачів та зміщуються сфери функціонування (зокрема, прискорення цифровізації веде до зближення фізичного і цифрового світів). Відповідно, на разі існує потреба в дослідженні еволюції стратегій розвитку бізнесу в контексті цифрової трансформації, розглядаючи ключові аспекти, включаючи інновації та технологічні зміни, необхідність адаптації до економічних умов, пошук ефективних бізнес-моделей та застосування необхідних інформаційно-комунікаційних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що цифрова трансформація бізнесу в епоху інновацій і технологічних змін створює як виклики, так і можливості. Проблеми включають потребу в постійних інноваціях, щоб залишатися конкурентоспроможними [1; 10; 13], складність інтеграції нового програмного забезпечення та технологій [2; 12; 19], еволюцію цифрового світу та потребу пристосуватися до залучення споживачів [3; 14] та інші виклики, зокрема загрози безпеці, брак ІТ-навичок, фінансові обмеження [4; 11]. З іншого боку, можливості для цифрової трансформації бізнесу включають використання цифрових технологій як маркетингових інструментів, впровадження цифрової трансформації малими і середніми підприємствами для розвитку підприємництва, а також потенціал для зростання та підвищення ефективності завдяки цифровізації та електронній комерції. Розвиток цифрового менеджменту та оптимізація повсякденних операцій і управління мають вирішальне значення для того, щоб підприємства адаптувалися до цифрових змін і уникали прихованих криз [7]. Загалом, цифрові інновації та діджитал-трансформація мають важливе значення для бізнесу для вирішення мультидисциплінарних завдань, персоналізації маркетингу та задоволення вимог ринку в поточну цифрову еру [5]. Компанії використовують цифрові технології, щоб покращити свої продукти та послуги [6; 9], однак ряд дослідників [8; 15; 18; 20] наголошують на тому, що одним із найважливіших впливів цифрової трансформації бізнесу є демократизація технологій. З розвитком хмарних обчислень, штучного інтелекту (ШІ) та Інтернету речей компанії будь-якого масштабу тепер мають доступ до передових технологій, які раніше були доступні лише для великих корпорацій [16]. Це зрівняло умови гри, дозволивши малим підприємствам конкурувати з потужнішими гравцями ринку. Водночас з відзначенням значного наукового доробку вітчизняних та зарубіжних дослідників, важливим постає питання щодо стратегії розвитку бізнес-структур під впливом процесів цифрової трансформації для забезпечення гнучкості, співпраці з широким колом стейкхолдерів та впровадження інновацій і випередження конкурентів.

Мета дослідження полягає у вивченні впливу цифрової трансформації на функціонування бізнес-структур, розробці рекомендацій щодо оптимізації стратегічних орієнтирів під впливом процесів масштабної цифровізації в економіці та розкритті того, які стратегічні засади та підходи використовують компанії для адаптації до цифрового середовища.

Виклад основних результатів дослідження. Цифрова трансформація являє собою складний процес, який передбачає інтеграцію нових цифрових технологій та інструментів, що, в свою чергу, забезпечує

подальшу діджиталізацію бізнес-структур, враховуючи секторальні перспективи інформаційної економіки (включаючи цифровий аудит, смарт-фабрики та смарт-міста, цифровізацію сфери освіти тощо).

Діджитал-перехід схожий на промислову революцію, яка не лише принесла технологічний прогрес, але й призвела до значних змін у соціально-економічних парадигмах, появи нових професій і поведінки. Процес цифрової трансформації забезпечується за рахунок чотирьох взаємопов'язаних груп факторів впливу.

Перша група факторів – новітні технології, які постійно з'являються та розвиваються (сюди відносяться ШІ, хмарні обчислення, аналітику великих даних та Інтернет речей (IoT)).

Друга група – нові бізнес-моделі, які розробляються для використання переваг нових технологій. Ці моделі включають послуги на основі передплати, бізнес-моделі платформи та електронну комерцію.

Третя група факторів – це нові звички споживачів, які формуються в результаті нових технологій і бізнес-моделей. Під споживчими звичками маються на увазі способи споживання інформації, способи спілкування та очікування. Водночас розуміння цифрових потреб і очікувань споживачів допомагає підприємствам формувати позитивне сприйняття і розвивати інноваційні підходи (забезпечення сумісності з різними платформами, включення можливості оплати на веб-сайті, використання CRM тощо).

Цифрова трансформація призвела до нового статус-кво цифрової епохи, коли компанії та клієнти адаптуються до цих змін, водночас постійно навчаючись та адаптуючись до нових технологій і бізнес-моделей.

У цьому контексті важливо розглянути, які стратегії дозволяють підприємствам ефективно адаптуватися до цих змін та забезпечувати стійкість у конкурентному середовищі. Однак важливо пам'ятати, що цифрова трансформація бізнесу вимагає значних інвестицій часу, ресурсів і досвіду. Суб'єкти господарювання повинні бути готові інвестувати в інноваційні технології, розвивати талант-менеджмент і створювати культуру, яка цінує інновації та експерименти.

На рис. 1 зображено концепцію формування еко-системи цифрової трансформації бізнес структур.

Перш за все, варто зазначити, що цифрова трансформація охоплює широкий спектр змін, які впливають на всі аспекти бізнесу, відповідно – вимагає перегляду традиційних бізнес-моделей та впровадження нових підходів, які відповідають вимогам цифрової епохи. Разом з цим, стратегії розвитку підприємств постійно змінюються, стаючи більш орієнтованими на використання технологій для оптимізації процесів, підвищення ефективності та створення нових продуктів і послуг з дотриманням принципів сталого розвитку [17].

По-друге, загострення конкуренції спонукає підприємства впроваджувати інноваційні творчі рішення та стратегії для вирішення проблем і створення нових можливостей. Наприклад, компанії використовують чат-боти на базі штучного інтелекту, щоб покращити обслуговування клієнтів, запроваджують технологію блокчейн для захисту транзакцій або використовують аналітику великих даних, щоб отримати розуміння поведінки та вподобань клієнтів.

По-третє, існує потреба постійно коригувати свої стратегії розвитку, щоб ефективно впроваджувати

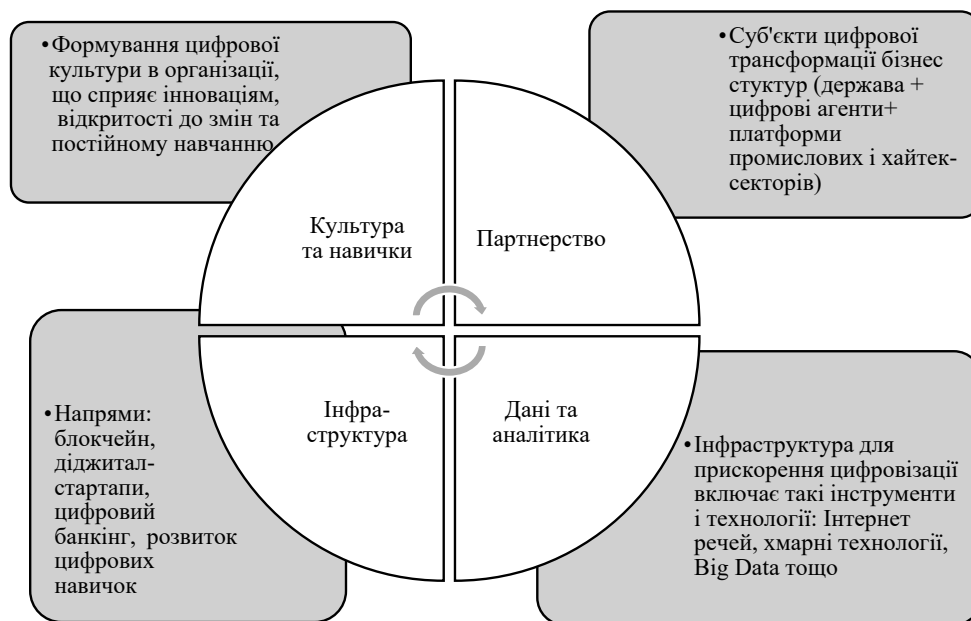


Рис. 1. Екосистема цифрової трансформації бізнес структур

Джерело: складено на основі [7; 14; 19]

нові технології. Тому популярності набули практики безперервної інтеграції та безперервного розгортання (CI/CD), що забезпечують швидке оновлення додатків користувачів, зберігаючи при цьому стабільність і надійність, а також гнучкі методології, такі як Scrum або Kanban, що можуть допомогти організаціям швидко адаптуватися до мінливих умов середовища функціонування.

По-четверте, побудова масштабованої інфраструктури з використанням хмарних служб і віртуалізації дозволяє організаціям легко адаптуватися до змін у технологічних вимогах без значних попередніх інвестицій в апаратне забезпечення чи зміни інфраструктури.

У сучасній епосі цифрових технологій виникає все більш актуальне питання щодо основного напрямку діяльності компаній, оскільки вони переходять від окремих продуктів чи послуг до платформ, а межі між галузями стають менш чіткими. З огляду на зростаючу інтенсивність конкуренції, компаніям вже недостатньо просто фокусуватися на своїх продуктах або послугах. Натомість, вони повинні акцентувати увагу на загальній стратегії та ставити своїх клієнтів у центр своєї уваги. Проте, часто керівники великих компаній не дотримуються цього принципу та орієнтуються на свої продукти, а не на потреби та уподобання клієнтів.

Націленість на декілька ринків одночасно може допомогти компаніям оптимізувати свою діяльність, покращити взаємодію з клієнтами та отримати конкурентну перевагу. Дану стратегію свого часу використала компанія Amazon. Розглянемо цей ілюстративний приклад детальніше, адже завдяки розгалуженню та присутності в багатьох секторах і створенню таким чином можливостей отримання прибутку, діяльність компанії тривалий час залишається ефективною (рис. 2).

Починаючи як книжковий інтернет-магазин, Amazon розширювали свій асортимент, пропонуючи різноманітні товари за доступними цінами. Згодом онлайн-магазин став платформою, що актуалізувало

питання пошуку нових можливостей для подальшого розвитку.

Українські інтернет-магазини також переходять на модель маркетплейсу, що вимагає від них значних змін у логістиці та управлінні для ефективного взаємодії зі сторонніми продавцями. Поведінка споживачів також змінюється, що прискорює перехід до платформеного підходу. Бізнес-кейс Amazon також демонструє, як такий підхід може підтримувати розвиток додаткових послуг. За останні кілька років рекламний бізнес Amazon значно зріс (лише у 2022 році за дохідністю – втричі). Таке зростання значною мірою можна пояснити успіхом власної рекламної екосистеми Amazon у їхньому ринковому середовищі (рис. 2).

Спрацювала і поширена стратегія у електронній комерції – компенсувати низьку націнку роздрібною торгівлі за рахунок зростання онлайн-продажів. Загалом, екосистема, що пропонує різноманітні варіанти реклами для продавців на платформі, була дуже ефективною для збільшення доходів Amazon (рис. 3).

Однак, оскільки зростання послуг сторонніх продавців почало сповільнюватися, компанія шукає нові способи розширити свій рекламний бізнес. Відповідно, Amazon став платформою попиту (DSP), що дозволяє рекламодавцям купувати та керувати рекламними ресурсами на різних платформах за допомогою технологій Amazon.

Крім того, Amazon запустив Freevee, потоковий канал із підтримкою реклами. Спочатку Freevee був запущений як IMDb TV у США, а потім у Великобританії та Німеччині. Нині канал пропонує широкий вибір класичних телевізійних серіалів, фільмів і власної продукції та фінансується за рахунок рекламних пауз, подібно до лінійного телебачення. Такий стратегічний хід дозволяє Amazon конкурувати з іншими стрімінговими гігантами, зокрема Netflix і Hulu, а також надає клієнтам можливість безкоштовного перегляду контенту на платформі [19]. Розширення можливостей

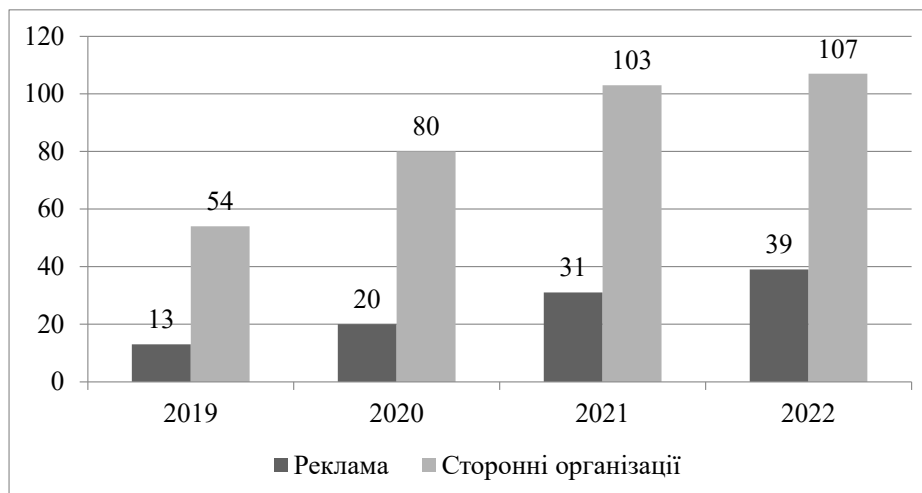


Рис. 2. Розподіл прибутку за сегментами

Джерело: складено на основі [14; 19]

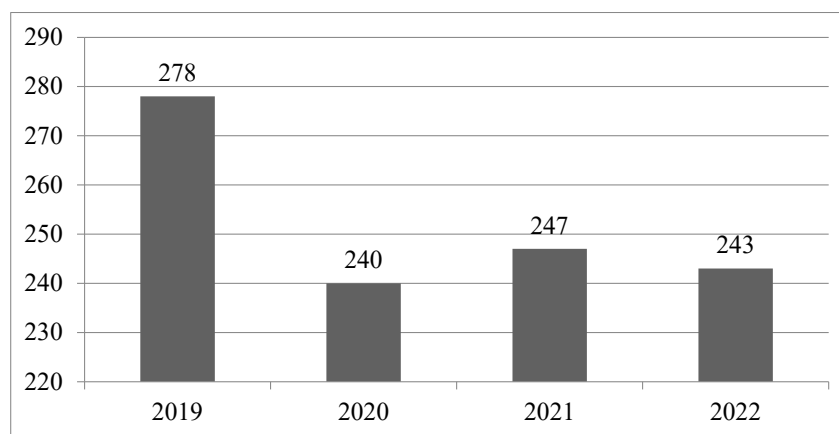


Рис. 3. Загальний дохід Amazon від реклами, млрд дол. США

Джерело: складено на основі [19]

продажу потокового відеоконтенту за рахунок відео-сервісу Amazon Instant Video (раніше Unbox), який був запущений за рік до Netflix, надало короткострокові конкурентні переваги, але й нині відео контент допомагає сайту перетворювати глядачів на покупців.

Крім того, перехід Amazon у потоковий простір не лише забезпечує безоплатні переваги для клієнтів, а також дозволяє Amazon вийти на більший рекламний ринок і ефективніше конкурувати з традиційними телевізійними мережами.

Freemium бізнес-модель з мотивацією до оформлення преміум-підписок забезпечує Amazon додаткові 7,5 мільярда доларів річного прибутку – привілейовані учасники, до того ж, витрачають майже вдвічі більшу суму за інших клієнтів Amazon [19].

Успіх Amazon у розширенні сфери діяльності завдяки зосередженню уваги на потребах споживачів, незаперечний: від моменту заснування компанія розвивалася приголомшливими темпами, а свою нішу в бізнесі визначає через клієнтів. Тому як інтернет-магазин Amazon конкурує з Walmart; як онлайн-платформа – з eBay; у сфері онлайн-переглядів з Netflix; як рекламна мережа – з Google.

Проте, сфера діяльності Amazon не обмежується роздрібною торгівлею та виробництвом контенту. Майже на три роки раніше за iPad Amazon презентувала Kindle, розроблений для продажу електронних книжок, оскільки споживачі перейшли від фізичних товарів до цифрових. Важливо визнати, що стратегія Amazon для Kindle сильно відрізняється від стратегії Apple для iPad. Apple отримує більшість прибутків за допомогою апаратного забезпечення, тоді як Amazon продає пристрої за низькою ціною, наближеною до собівартості, щоб заробляти гроші на електронних книжках [19].

Наступними інноваціями стали кнопки dash buttons, які дають користувачам можливість миттєво замовляти товари, Echo-пристрої для віртуальних голосових помічників з використанням штучного інтелекту та вихід на ринок хмарних сховищ із запуском Amazon Web Services (AWS).

Крім того, окремо від цифрової присутності, успішний гравець електронної комерції Amazon останні кілька років відкриває фізичні магазини, оскільки: 1) що стосується продуктів харчування, то це аналог доплат за доставку AmazonFresh, що довів свою ефективність; 2) фізичні магазини потенційно можуть стати каналом

придбання клієнтів привілейованого членства й онлайн-торгівлі; 3) це посилює синергію між фізичними та цифровими каналами для створення потужного міжгалузевого досвіду заради своїх клієнтів. Завдяки сильній позиції як в індустрії електронної комерції, так і в стрімінговій індустрії, Amazon має високі шанси на те, аби стати головним гравцем у рекламній індустрії з потенціалом для подальшого зростання та розширення в майбутньому.

Висновки. Цифрова трансформація вимагає від підприємств постійного оновлення та адаптації їх стратегій розвитку. Враховуючи швидкі технологічні зміни та посилення конкуренції, важливо впроваджувати інноваційні підходи та гнучкі стратегії, що дозволять підприємствам залишатися конкурентоспроможними в епоху цифрової трансформації.

На прикладі реальних бізнес-кейсів було виокремлено кілька ключових стратегічних орієнтирів, які сприяють успішній адаптації до епохи інновацій та технологічних змін, зокрема: орієнтація на клієнта, стратегія платформи, впровадження рішень штучного інтелекту для оптимізації процесів управління, гнучкість та адаптивність.

Зазначені аспекти підкреслюють важливість постійного моніторингу та аналізу ринкових тенденцій, технологічних інновацій та поведінки споживачів для успішної адаптації до змін. В умовах епохи цифрової трансформації, лише підприємства, які будуть готові до постійних змін і будуть активно впроваджувати інновації, зможуть зберегти та зміцнити свою конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Yunrong Yan. Opportunities and Challenges of Enterprise Digital Transformation. *BCP business & management*. 2023. No. 1. P. 112–124. DOI: <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v44i.4903>
2. Antony Dhason. Challenges, opportunities and remedies of business and economics in the digital era: an overview. *International journal of scientific research*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.36106/ijsr/5223383>
3. Antonios, G., Zairis., George, Zairis. Digital Innovation: The Challenges of a Game-Changer. Proceedings of the 17th European Conference on Innovation and Entrepreneurship. 2022. Vol. 17. No. 1. DOI: <https://doi.org/10.34190/ecie.17.1.774>
4. Li, Yang., Huan, Peng., Zhou, Mengni., Ronaldo, Juanatas., Jasmin, D., Niguidula., Huang, Huiliang. Research on Innovation Strategy of Enterprise Operation and Management in Digital Economy Era. *SHS web of conferences*, 2023. P. 18–32. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202315902025>
5. Nasa Dhanraj, Byju John. Exploring the International Business in the Information and Digital Age. *International journal of arts humanities & social sciences*. 2022. Vol. 1. No. 1. P. 34–46. DOI: <https://doi.org/10.56815/ijahss.v1.n1.20-24>
6. Sayudin, Sayudin. Innovation Strategy and Product Development to Increase Company Competitiveness in Digital Era. *Eduvest*. 2023. Vol. 1. P. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.59188/eduvest.v3i5.814>
7. Haedar, Akib., Nuril, Furkan., Sumarno, Sumarno., Ahmad, Budidarma., Rudi, Salam., Syamsul, Hadi. Business Resilience in the Digital Transformation Era. *Pinisi discretion review*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.26858/pdr.v6i1.37708>
8. Trunina, I., Bilyk, M. and Yakovenko Y. Artificial Intelligence from Industry 5.0 Perspective: Threats and Challenges. 2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2023. P. 1–5. DOI: <https://doi.org/10.1109/MEES61502.2023.10402468>
9. Чкан А.С., Кириченко Н.В., Касай П.Г. Діджиталізація бізнес-процесів як базис забезпечення ефективного менеджменту сучасного підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2021. Т. 26. Вип. 3 (88). С. 60–66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-88-9>
10. Клименко К.В. Діджиталізація як інноваційний розвиток підприємств: досвід України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4. Том 3. С. 13–18. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2020-284-4\(3\)-2](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2020-284-4(3)-2)
11. Дергачова Г.М., Колешня Я.О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2020. № 17. С. 280–290. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216367>
12. Yakovenko Y., & Shaptala R. Intelligent Process Automation, Robotic Process Automation and Artificial Intelligence for Business Processes Transformation. Globalisation processes in the world economy: problems, trends, prospects : Collective monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2023. 528 p. P. 496–521. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-378-1-20>
13. Yakovenko Y., Bilyk M., and Oliinyk Y. The Transformative Impact of the Development of Artificial Intelligence on Employment and Work Motivation in Business in the Conditions of the Information Economy. 2022. IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2022. P. 1–6. DOI: <https://doi.org/10.1109/MEES58014.2022.10005652>
14. Яковенко Я.Ю. Формування та реалізація стратегії стійкого розвитку промислових підприємств: дис. ... д-ра філос.: 051. Кременчук, 2020. 279 с.
15. Dr., Sharad, Kadam., Komal, Dhole., Abhay, Kumar., Nikhil, Gupta., Saurav, Mishra. Business Review on Amazons Digital Marketing. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.48175/ijarsct-7872>
16. Andrea, Resca., Paolo, Spagnoletti. Business Development Through Digital Transformation: The Evolution of Amazon. Information Systems, Management, Organization and Control. Vol. 6. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-07905-9_11
17. Труніна І.М., Білик М.Ю. Управління конкурентоспроможністю закладів вищої освіти. Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. 2020. № 5 (38). С. 197–206.
18. Ховрак І.В., Приз М.Ю. Міжнародна міграція висококваліфікованих та наукових кадрів: участь України. *Економічний простір*. 2017. № 69. С. 24–32.
19. Amazon – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/846/amazon/> (дата звернення: 14.03.2024).

References:

1. Yunrong, Yan. (2023) Opportunities and Challenges of Enterprise Digital Transformation. *BCP business & management*, no. 1, pp. 112–124. DOI: <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v44i.4903>
2. Antony, Dhason (2022) Challenges, opportunities and remedies of business and economics in the digital era: an overview. *International journal of scientific research*. DOI: <https://doi.org/10.36106/ijsr/5223383>

3. Antonios, G., Zairis., George, Zairis (2022). Digital Innovation: The Challenges of a Game-Changer. *Proceedings of the 17th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*, vol. 17 no. 1. DOI: <https://doi.org/10.34190/ecie.17.1.774>
4. Li, Yang., Huan, Peng., Zhou, Mengni., Ronaldo, Juanatas., Jasmin, D., Niguidula., Huang, Huiliang (2023). Research on Innovation Strategy of Enterprise Operation and Management in Digital Economy Era. *SHS web of conferences*. P. 18–32. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202315902025>
5. Nasa, Dhanraj., Byju, John (2022). Exploring the International Business in the Information and Digital Age. *International journal of arts humanities & social sciences*. vol. 1, no. 1, pp. 34–46. DOI: <https://doi.org/10.56815/ijahss.v1.n1.20-24>
6. Sayudin, Sayudin (2023). Innovation Strategy and Product Development to Increase Company Competitiveness in Digital Era. *Eduvest*, vol. 1, pp. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.59188/eduvest.v3i5.814>
7. Haedar, Akib., Nuril, Furkan., Sumarno, Sumarno., Ahmad, Budidarma., Rudi, Salam., Syamsul, Hadi (2022). Business Resilience in the Digital Transformation Era. *Pinisi discretion review*. DOI: <https://doi.org/10.26858/pdr.v6i1.37708>
8. Trunina, I., Bilyk, M. and Yakovenko Y. (2023). Artificial Intelligence from Industry 5.0 Perspective: Threats and Challenges. 2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), Kremenchuk, Ukraine. P. 1–5, DOI: <https://doi.org/10.1109/MEES61502.2023.10402468>.
9. Chkan A. S., Kyrychenko N. V., Kasay P. H. (2021) Didzhitalizatsiya biznes-protsesiv yak bazys zabezpechennya efektyvnoho menedzhmentu suchasnoho pidpryyemstva. [Digitization of business processes as a basis for ensuring effective management of a modern enterprise]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Ekonomika*, vol. 3 (88), pp. 60–66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-88-9>
10. Klymenko K. V. (2020) Didzhitalizatsiya yak innovatsiynny rozvytok pidpryyemstv: dosvid Ukrainy [Digitization as an innovative development of enterprises: the experience of Ukraine.]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*. no 4(3). pp. 13–18. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2020-284-4\(3\)-2](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2020-284-4(3)-2)
11. Derhachova H. M., Koleshnyia Ya. O. (2020). Tsyfrova transformatsiya biznesu: sutnist', oznaky, vymohy ta tekhnolohiyi [Digital transformation of business: essence, features, requirements and technologies.]. *Ekonomichnyy visnyk NTUU «KPI»*, no. 17. pp. 280–290. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216367>.
12. Yakovenko, Y., & Shaptala, R. (2023). Intelligent Process Automation, Robotic Process Automation and Artificial Intelligence for Business Processes Transformation. Globalisation processes in the world economy: problems, trends, prospects : Collective monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, pp. 496–521. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-378-1-20>
13. Yakovenko, Y., Bilyk, M., and Oliinyk, Y. (2022). The Transformative Impact of the Development of Artificial Intelligence on Employment and Work Motivation in Business in the Conditions of the Information Economy, 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), Kremenchuk, Ukraine. P. 1–6, DOI: <https://doi.org/10.1109/MEES58014.2022.10005652>
14. Yakovenko Y. (2020). Formuvannya ta realizatsiya stratehiyi stiykoho rozvytku promyslovykh pidpryyemstv [Formation and implementation of the strategy of sustainable development of industrial enterprises]: dissertation. Kremenchuk, 279 p.
15. Sharad Dr., Kadam., Komal, Dhole., Abhay, Kumar., Nikhil, Gupta., Saurav, Mishra. (2023) Business Review on Amazons Digital Marketing. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*. DOI: <https://doi.org/10.48175/ijarsct-7872>
16. Andrea, Resca, Paolo, Spagnoletti (2014). Business Development Through Digital Transformation: The Evolution of Amazon. *Information Systems, Management, Organization and Control*. Vol. 6. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-07905-9_11
17. Trunina, I. M., Bilyk, M. Yu. (2020). Upravlinnia konkurentospromozhnistiu zakladiv vyshchoi osvity [Management of competitiveness of higher education institutions]. *Tsentrlnoukrainskyi naukovyi visnyk. Ekonomichni nauky*, no. 5 (38), pp. 197–206. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2020.5\(38\).197-206](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2020.5(38).197-206)
18. Khovrak I., Pryz M. (2017) Mizhnarodna mihratsiya vysokokvalifikovanykh ta naukovykh kadriv: uchast' Ukrainy [International migration of highly qualified and scientific personnel: participation of Ukraine] . *Ekonomichnyy prostir*, no. 69, pp. 24–32.
19. Amazon – statistics & facts. Available at: <https://www.statista.com/topics/846/amazon/> (accessed March 14, 2024).