

## АНАЛІЗУВАННЯ КЛЮЧОВИХ БІЗНЕС-ТЕНДЕНЦІЙ 2023 РОКУ

<sup>1</sup> Національний університет «Львівська політехніка»

**Анотація:** У статті досліджено актуальний список ключових бізнес-тенденцій у 2023 році, а також тих, які, як очікується, продовжуватимуть розвиватися у 2024 році. Було розглянуто сектори, зміни в поведінці споживачів і технологічні інновації, що спричиняють кожну тенденцію

**Ключові слова:** бізнес тенденції; інновації; сталий розвиток; технології; комерція

**Abstract:** The article explores an up-to-date list of key business trends in 2023, as well as those that are expected to continue to grow in 2024. Sectors, changes in consumer behavior and technological innovations driving each trend were examined

**Keywords:** business trends; innovations; Sustainability; technologies; commerce

Незалежно від того, чи компанія тільки створена, чи перебуває у списку S&P 500, проаналізуємо основні бізнес-тенденції на 2023 р.:

1. Зростання електронної комерції продовжується після пандемії. Пандемія повністю змінила спосіб купівлі товару. Електронна комерція була на підйомі ще до того, як світ дізнався про пандемію, але вона допомогла простору електронної комерції злетіти астрономічними темпами. Хоча зростання електронної комерції сповільнилося після пандемії, воно все ще помірно зростає. І компанії продовжують коригувати свої стратегії маркетингу та продажів, щоб максимізувати свій вплив на кінцевий результат. У 2021 році глобальні продажі електронної комерції склали 5,2 трильйона доларів США, і очікується, що протягом наступних чотирьох років ця цифра зросте на 56% і досягне 8,1 трильйона доларів до 2026 року.

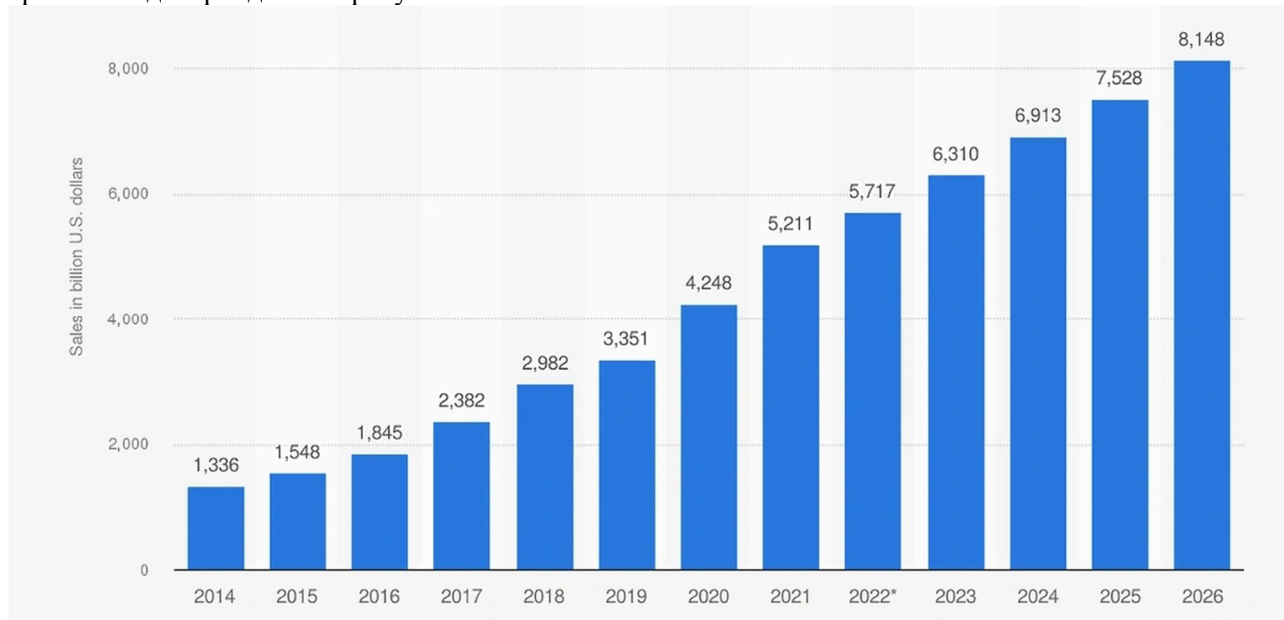


Рис. 1. Фактичні і прогнозовані обсяги глобальних продаж електронної комерції за 2014-2026 рр. [1]

У 2019 році на електронну комерцію припадало майже 14% усіх роздрібних продажів, але в 2023 році очікується, що на електронну комерцію припадатиме понад 22% усіх роздрібних продажів. Деякі конкретні категорії роздрібно торгівлі, як-от електроніка, облаштування дому та домашні меблі, змогли зберегти зростання після пандемії.

2. 5G значно покращує збір даних і можливості ШІ. Розвиток мобільної мережі 5G має потенціал кардинально змінити бізнес-операції. Станом на серпень 2022 року Китай і США лідирували в гонці за

розгортання 5G. Очікується, що до 2030 року ринок 5G зросте на 65,8% і досягне оцінки в 797,8 мільярда доларів. Ця технологія має вирішальне значення для компаній, які прагнуть пропонувати нові послуги та відстежувати інформацію, щоб залишатися попереду конкурентів. Наприклад, розвиток мобільної мережі 5G сприяє покращенню збору та аналізу даних для компаній. Загалом це означає, що підприємства матимуть більше даних із різноманітних джерел із вищою швидкістю. Ці швидкості передачі даних потрібні компаніям для використання ШІ та автоматизації. Кілька можливостей включають інтелектуальний аналіз даних, дистанційне медичне керування, дистанційне керування світлофорами та моніторинг машин у віртуальній реальності. BMW вже тестує можливості технології 5G на своєму заводі в Лейпцигу, Німеччина. Вони поєднують 5G і штучний інтелект, щоб визначати місцезнаходження машин, автомобілів, інструментів і деталей на заводі в реальному часі. Вони мають точність до одного сантиметра.

3. Співробітники активно шукають віддалену та гібридну роботу. Насправді кількість людей, які працюють вдома, зросла втричі між 2019 і 2021 роками. Опитування Gallup [1] у 2022 році показало, що 56% штатних працівників США мають роботу, яку можна виконувати вдома. Це 70 мільйонів працівників. З цих працівників 50% мають гібридний графік роботи, 30% працюють повністю віддалено, а 20% працюють повністю в офісі. Молоді люди з вищою освітою найімовірніше матимуть доступ до віддаленого та гібридного робочого середовища. Опитування дослідницького центру Pew 2022 року показало, що 78% тих, хто зараз працює віддалено, хочуть продовжити цю установку в найближчі роки. Це на 14% більше з 2020 року. Понад дві третини віддалених працівників кажуть, що вони почали б шукати нову посаду, якби їхня компанія вимагала від них працювати в офісі повний робочий день, і більше половини сказали, що вони радше скоротять зарплату, ніж відмовитися від гнучкості робочого місця. Ті, хто працює вдома, витрачають близько 432 доларів на такі речі, як обід і кава, а ті, хто працює в офісі, витрачають у середньому 863 долари на місяць.

4. Компанії розширюють рекламу, спільноти та комерцію в соціальних мережах. Важливість соціальних мереж у маркетингу, ймовірно, продовжить зростати у 2023 році. Звіт за листопад 2022 року показав, що використання споживачами соціальних мереж зросло майже на 8% з початку року. Більше половини маркетингових директорів кажуть, що вони збільшать свої витрати на рекламу в соціальних мережах у найближчі роки. Оголошення TikTok – це одна з маркетингових стратегій, яка все частіше використовується компаніями майже в усіх галузях. Дослідження показало, що реклама в стрічці TikTok запам'ятовується на 23% краще, ніж телевізійна реклама, і на 13% краще, ніж інші види цифрового відео. У найближчі роки очікується, що компанії вийдуть за рамки реклами й зосередяться на створенні спільнот як частини загальної стратегії соціальних мереж. Щоб збільшити залученість і продажі, бренди інвестуватимуть у соціальну комерцію в найближчі місяці. Соціальна комерція є популярною концепцією в Китаї, де в 2021 році 14,3% від загального обсягу роздрібних онлайн-продажів було здійснено через соціальну комерцію.

5. Компанії зосереджені на сталому розвитку. Дослідження IBM і Національної федерації роздрібною торгівлі [2] показують, що половина споживачів стверджують, що вони готові платити більше за екологічні продукти, а 62% споживачів готові змінити свої звички покупців, щоб зменшити вплив на навколишнє середовище. У всьому світі звіти показують, що 85% людей змінили свої купівельні звички, щоб стати більш стійкими за останні п'ять років. Компанії реагують на цей запит споживачів, приділяючи особливу увагу своїм процесам ESG. Опитування 2022 року [2] показало, що майже 80% роздрібних торговців, які виділили ресурси для покращення сталого розвитку, вважають, що їхні зусилля привели до підвищення лояльності клієнтів. Однак опитування McKinsey [1] показало, що результати діяльності щодо кінцевого результату ще не надто багатообіцяючі. Всесвітній економічний форум повідомляє, що якщо підприємства інвестують у повторне використання та переробку, можна заощадити 1 трильйон доларів на рік.

6. Компанії експериментують із захоплюючими технологіями. Захоплюючі технології – доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR) і змішана реальність (MR) – встановлюють новий стандарт, так як компанії хочуть залучити клієнтів за допомогою передових технологій. Повідомляється, що у Meta 10 000 співробітників працюють над змішаною реальністю, а в Apple 2 000 людей розробляють розширену реальність. З 2019 по 2020 рік продаж обладнання та програмного забезпечення, пов'язаного з AR/VR, зріс на 50%. І більше 50% споживачів готові використовувати AR/VR для оцінки продуктів. В одному дослідженні, в якому брав участь роздрібний продавець косметики, споживачі, які використовували AR, щоб спробувати губну помаду, пробували майже вдвічі більше губної помади, ніж клієнти в магазині. Дослідження також виявило, що клієнти, які використовували AR, довше переглядали веб-сторінки та переглядали більше продуктів, ніж ті, хто не

використовував цю технологію. Ті, хто використовував AR, мали майже на 20% більше шансів зробити покупку, ніж ті, хто цього не робив. На початку 2022 року Pinterest запустив нові можливості AR на своїй платформі. Інструмент «Приміряти для домашнього декору» дозволяє користувачам віртуально інсценувати свій дім меблями від різноманітних роздрібних продавців за допомогою камери Pinterest Lens. Бренд повідомляє, що споживачі в 5 разів частіше купуватимуть товари за допомогою цієї функції, ніж за допомогою стандартних шпильок.

7. Більше людей стають фрілансерами та підприємцями. Пандемія викликала революційні зміни в тому, де люди працюють, але вона також змінила те, як люди працюють і на кого вони працюють. Згідно з дослідженням Gallup, принаймні половина американських працівників тихо звільняються. Опитування також розглядало співвідношення залучених працівників до тих, хто активно не займається. Він становить 1,8 до 1, що є найнижчим показником за майже десятиліття. Велика відставка все ще триває, і одна п'ята співробітників планує перейти до нового роботодавця протягом наступних 12 місяців. Інші дослідження показують, що ця кількість може досягати 30% працівників. Дослідження також показало, що ті, хто звільнився протягом 2022 року у своїй галузі повертатися не планують. Цифри показують, що значна частина цих осіб відкриває власний малий бізнес. У 2021 році підприємці подали 5,4 млн нових бізнес-заявок. Це зросло з 4,3 мільйона у 2020 році. Ця тенденція зберіглася і в 2022 році. За перше півріччя було 2,5 млн заявок. У звіті Intuit New Business Insights прогнозується, що кількість нових підприємств зросте до 5,6 мільйонів у 2022 році. За даними New York Times, підприємці були особливо активними в галузях складської та роздрібною торгівлі.

8. Інновації впливають на доставку «останньої милі». Майже всі підприємства зазнали збоїв у ланцюжках поставок через пандемію. Згідно з одним дослідженням, до 97% підприємств зазнали принаймні незначного впливу, а 63% повідомили про серйозний вплив. Доставка «останньої милі» – це один із компонентів ланцюга поставок, якому компанії приділяють велику увагу. У минулому «остання миля» була неефективною, дорогою, ненадійною та не могла адаптуватися до мінливих вимог. Насправді лише цей компонент становить 41% загальних витрат на ланцюг поставок. Але оскільки споживачі вимагають швидшого часу доставки, компанії не можуть дозволити собі мати недорогі рішення доставки «останньої милі». У травні 2022 року майже третина споживачів купували роздрібні товари онлайн і отримували їх того ж дня. Майже 80% споживачів кажуть, що вони з більшою ймовірністю зроблять покупку, якщо зможуть отримати доставку протягом двох днів або менше. 30% споживачів готові платити більше за доставку в той же день і 65% готові платити більше за 1-2 дні доставки. Доставка безпілотником – це рішення «останньої милі», про яке говорили, але ще не було запущено у великих масштабах. Дослідження та ринки повідомляють, що до 2030 року глобальний ринок доставки безпілотниками може досягти 5,56 мільярда доларів, досягнувши CAGR 49% протягом наступних восьми років. У червні 2022 року кілька компаній отримали дозвіл від FAA почати поставки безпілотників. Це включає Amazon, Wing і Flytrex [3].

Компанії, які залишаються в курсі ключових тенденцій і впроваджують інновації на основі цих тенденцій, є готовими успішно конкурувати та виходити на перші місця.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Джош Ховарт (2023). 9 головних бізнес-тенденцій (2023 і 2024). URL: <https://explodingtopics.com/blog/business-trends>
2. Найбільші бізнес-тренди 2022-2025. І ті, яких ще немає (2022). URL: <https://www.management.com.ua/tend/tend1356.html>
3. 5 довгострокових тенденцій, які допоможуть вирости бізнесу (2021). URL: <https://youcontrol.com.ua/articles/yc Trends2022/>

**Завербний Андрій Степанович**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», Львів, e-mail: [andrii.s.zaverbnyi@lpnu.ua](mailto:andrii.s.zaverbnyi@lpnu.ua)

**Макарова Юлія Сергіївна**, студентка, Національний університет «Львівська політехніка», Львів, e-mail: [makarova\\_j\\_171929@ukr.net](mailto:makarova_j_171929@ukr.net)

**Zaverbnyj Andriy S.** – doctor of economics, Professor, Professor of the Department of Foreign Trade and Customs, Lviv Polytechnic National University, Lviv, e-mail: [andrii.s.zaverbnyi@lpnu.ua](mailto:andrii.s.zaverbnyi@lpnu.ua)

**Makarova Yuliia S.** – student, Lviv Polytechnic National University, Lviv, e-mail: [makarova\\_j\\_171929@ukr.net](mailto:makarova_j_171929@ukr.net)