

успішного впровадження стратегії. Подолання опору змінам на етапах розробки та впровадження стратегії є критичним завданням для успішної реалізації стратегічних ініціатив.

**Список використаних джерел:**

1. Киш Л.М. Стратегічне управління, як основна частина менеджменту підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 38 (1). С. 107-113.
2. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Халецька В.В. Обґрунтування стратегії розвитку підприємства в мінливих умовах. In The 9 th International scientific and practical conference «*Modern research in world science*» (November 28-30, 2022) SPC «Sci-conf.com.ua», Lviv, Ukraine. 2022. p. 1502.
3. Приймак Н.С. Впровадження управління стратегічними змінами на підприємстві в умовах ідентифікації впливу зовнішніх і внутрішніх драйверів змін. *Проблеми економіки*. 2019. № 3 (41). С. 140-146.

**Єрмаков М. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**МЕХАНІЗМ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ  
СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Сьогодні малий бізнес в Україні відчуває труднощі у вирішенні ключових проблем становлення, підтримки та розвитку. Все більше привертають увагу дослідників питання підприємницької активності громадян, їх залучення до соціального трудового середовища малого бізнесу, соціально-економічні чинники, що впливають на процес розвитку малого бізнесу. Проте, якщо спочатку 90-х рр. минулого століття підприємницька активність може бути інтерпретована як вимушений відгук на найважчу економічну ситуацію в країні (безробіття, низькі зарплати тощо), то в наступні періоди стабілізації економіки виникає необхідність всебічного аналізу факторів, які впливають на процеси трансформації малого бізнесу.

В умовах кардинальних політичних змін соціально-економічний розвиток держави пов'язаний з безліччю різних труднощів. Малий бізнес як невід'ємна ланка економіки багатьох розвинених країн світу регулює широкий спектр соціальних функцій: від вирішення завдань у сфері зайнятості населення та задоволенні його потреб до реалізації громадянином свого професійного

потенціалу; зниження соціальної напруженості внаслідок конкуренції за економіко-трудові ресурси громадян і, відповідно, зростання попиту на них.

Розглядаючи малий бізнес як певну систему, слід враховувати вплив на нього як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що так чи інакше впливають на його функціонування. Сучасний етап розвитку малого підприємництва характеризується тим, що в складній економічній ситуації при недосконалому нормативній та законодавчій базі акцент розвитку та підвищення ефективності їх діяльності переноситься на рівень самих підприємств.

Цифрова трансформація малого бізнесу сьогодні – це не тренд, а необхідність. Компанії повинні впроваджувати нові інформаційні технології, щоб залишатися попереду конкурентів та підтримувати високий рівень обслуговування клієнтів. Завдяки цифровій трансформації компанії можуть краще розуміти купівельну поведінку споживачів, а потім виправдовувати їх високі очікування від оптимізації ланцюжка поставок за рахунок більшої гнучкості до ще більш простого та швидкого процесу здійснення покупки.

Механізм цифрової трансформації малого бізнесу є перетворенням механізму управління з метою поширення застосування цифрових технологій у сфері соціально-економічного розвитку суб'єктів малого бізнесу [1]. Систему органів управління як ключового елемента механізму цифрової трансформації суб'єктів малого бізнесу складають менеджери та власники компаній. При цьому важливо визначити коло суб'єктів відносин, встановити їх статус (права та обов'язки, гарантії), визнати підстави виникнення прав та обов'язків, а також ступінь їхньої конкретності, встановити процедури здійснення прав та обов'язків. Організаційні методи управління цифровою трансформацією передбачають використання різноманітних за своєю природою адміністративних та організаційних засобів впливу на процес цифрової трансформації, до яких належать стандарти, дозволи, сертифікати, заборони, обмеження, нормативи, правила, ліцензії, програми та проекти [2]. З метою підвищення ефективності діяльності необхідно [3]:

- упорядкувати управлінську структуру по горизонталі та вертикалі;
- закріпити за кожним із суб'єктів цифрової трансформації чіткі межі повноважень та коло об'єктів цифровізації;

– визначити порядок взаємодії суб'єктів управління у процесі реалізації їх повноважень з метою усунення дублювання та встановлення чіткої відповідальності [3].

Розпочинаючи проєкт цифрової трансформації бізнесу, суб'єктам малого бізнесу необхідно розробити план дій, у якому має бути визначено, з чого почати, в яких категоріях слід розглядати необхідність змін. Першим кроком, безсумнівно, є воля до змін та усвідомлення їхньої суті та мети, якої необхідно досягти. Ключовими областями, які слід враховувати під час розробки плану перетворення підприємства, є: клієнти, конкуренція, дані, інновації та створення цінності. Розуміння поточного стану та визначення власного переваги у цих галузях – основа успіху. Інша область, що лежить в основі цифрової трансформації, – це спосіб конкуренції та співробітництва на ринку. Все частіше можна спостерігати, що це вже не окремі та суперечливі дії. Конкуренція досі виявляється діловим партнером у певній галузі ланцюжка поставок. Прикладом може бути кооперація у виробництві комплектуючих Apple і Samsung, заснована на поєднанні співробітництва та конкуренції.

Використовуючи механізм цифрової трансформації, компанія буде гнучкою і стійкою до мінливих умов господарювання. Процес реалізації цифрової трансформації варто розпочати з визначення його цілей у контексті поточної діяльності, а також виявлення можливостей організації. Важливо розглядати цифрову трансформацію не як окреме завдання у компанії, а як елемент цілісного підходу до подальшого ведення ефективного бізнесу. Слід пам'ятати, що процес трансформації ніколи не буває завершеним і потребує постійної пильності, знання технологій, тенденцій ринку та орієнтації на гнучку діяльність, що передбачає необхідність створення та постійного вдосконалення механізму цифрової трансформації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гринько, Т., Гвініашвілі, Т., Каліберда, М.С. Стратегічне управління підприємством в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-71>.
2. Hviniashvili, T. Changing the paradigm of strategic enterprise management in a digital economy. *Економічний простір*, 2021. № 172. С. 23-28.
3. Grynko, T., Hviniashvili, T., Filippova, V. Change management in business structures under the conditions of digitalization. *Ефективна економіка*. 2023. № 5. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.22>.