

Е-КОМЕРЦІЯ У ГЛОБАЛЬНОМУ ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА МЕЙНСТРИМ РОЗВИТКУ

Бавикін Е. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій цифровізація перетворилась на один із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Для суб'єктів малого підприємництва, які функціонують в умовах обмежених ресурсів та жорсткої конкуренції, впровадження цифрових інструментів є не лише можливістю, а й необхідною умовою сталого розвитку. Особливої актуальності це питання набуває в контексті відновлення та трансформації української економіки в умовах воєнного часу та євроінтеграційних процесів, коли малий бізнес виступає одним із фундаментів економічної стійкості держави.

Малий бізнес відіграє надзвичайно важливу роль в економіці держави: забезпечує зайнятість населення, наповнює місцеві бюджети та сприяє розвитку конкурентного середовища. За даними Державної служби статистики України, частка малих підприємств у загальній кількості суб'єктів господарювання перевищує 95%, а їх внесок у ВВП країни становить близько 55%. Водночас суб'єкти малого підприємництва стикаються з численними викликами: недостатнє фінансування, обмежені можливості для масштабування, складнощі з доступом до ринків збуту та висококваліфікованих кадрів. Цифровізація здатна суттєво пом'якшити ці проблеми та відкрити нові можливості для зростання.

Під цифровізацією малого бізнесу слід розуміти комплексне впровадження цифрових технологій у всі сфери діяльності підприємства – від операційних процесів до маркетингу, збуту та управління фінансами. Ключовими напрямками

цифрової трансформації для малих підприємств є: автоматизація бізнес-процесів, використання хмарних технологій (SaaS-рішень), розвиток електронної комерції, впровадження CRM-систем, застосування аналітики великих даних та активна присутність у цифровому маркетинговому просторі. Кожен із зазначених напрямів безпосередньо впливає на окремі складові ефективності підприємства – від операційних витрат до обсягів реалізації продукції чи послуг [1].

Аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду свідчить, що малі підприємства, які успішно впроваджують цифрові технології, демонструють суттєво вищі темпи зростання обсягів продажів, зниження операційних витрат та підвищення рівня задоволеності клієнтів. Зокрема, автоматизація рутинних процесів дозволяє скоротити витрати на виконання повторюваних завдань до 20-35%, а використання платформ електронної комерції розширює географію збуту без пропорційного зростання витрат. Хмарні технології значно знижують потребу в капітальних інвестиціях в IT-інфраструктуру, що є критично важливим для підприємств із обмеженим бюджетом.

Окремої уваги заслуговує роль цифрового маркетингу. Для суб'єктів малого бізнесу соціальні мережі, контекстна реклама, email-маркетинг та SEO-оптимізація стають ефективними та відносно доступними інструментами просування, що дозволяють конкурувати з великими гравцями ринку при значно менших бюджетах. Використання CRM-систем забезпечує персоналізований підхід до клієнтів і підвищує рівень їх лояльності, що є критично важливим для малих підприємств, де відносини з постійними клієнтами часто є основою стабільного доходу. Практика свідчить, що запровадження навіть базових CRM-інструментів підвищує конверсію звернень у продажі на 15-25% [2].

Важливим аспектом цифровізації є також управління фінансами. Сучасні онлайн-бухгалтерії та фінансові платформи дозволяють малим підприємствам у режимі реального часу відстежувати грошові потоки, формувати звітність та планувати бюджет. Це суттєво знижує ризики фінансових помилок та вивільняє ресурси підприємця для стратегічних завдань. Однак процес цифровізації малого бізнесу супроводжується низкою бар'єрів. По-перше, це фінансові обмеження – значна частина малих підприємств не має достатніх коштів для первісних інвестицій у цифрову інфраструктуру. По-друге, кадровий дефіцит – нестача фахівців з цифрових технологій та низький рівень цифрової грамотності власників

і персоналу. По-третє, опір змінам та консерватизм управлінських рішень. По-четверте, питання кібербезпеки та захисту персональних даних, які набувають дедалі більшої ваги в умовах активізації кіберзагроз. Подолання цих перешкод потребує як державної підтримки (субсидії, освітні програми, пільгові кредити), так і формування відповідної підприємницької культури [3].

Таким чином, цифровізація є потужним драйвером підвищення ефективності суб'єктів малого бізнесу. Системне впровадження цифрових технологій дозволяє оптимізувати витрати, розширити ринки збуту, підвищити якість обслуговування клієнтів та забезпечити стійкий розвиток підприємства.

Список використаних джерел:

1. Вареник В. М. Цифровізація бізнесу: практичні аспекти впровадження. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. № 3. С. 45-52.
2. Кириченко О. С. Цифровий маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності малого підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2023. № 1. С. 112-118.
3. Стратегія розвитку малого та середнього підприємництва в Україні на 2021-2027 роки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennia-stratehii-vidnovlennia-staloho-rozvytku-ta-tsyfrovoi-transformatsii>.

Д-р наук з держ. упр. Бондарчук Н. В., Єременко П. А.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет (Україна)

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ІНТЕГРАЦІЇ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ

Цифрова трансформація публічного управління є однією з ключових глобальних тенденцій розвитку державних і регіональних інституцій. У сучасних умовах цифрові технології стають базовим інструментом підвищення ефективності управлінських рішень, прозорості влади, якості публічних послуг та залучення громадян до процесів управління. Особливої актуальності набуває інтеграція цифрових рішень саме у регіональне управління, оскільки регіони виступають основним рівнем реалізації соціально-економічної політики та взаємодії з громадянами [1].

Міжнародний досвід свідчить, що цифровізація регіонального управління має поетапний та концептуально структурований характер і реалізується через