

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 6.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.12>
УДК 338.246.2

*I. А. Романюк,
д. е. н., доцент, доцент кафедри туризму та економіки,
Криворізький державний педагогічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-6611-9845>*

*О. М. Колосков,
аспірант, Державний біотехнологічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-6611-9845>*

СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

*I. Romaniuk,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Tourism and Economics,
Kryvyi Rih State Pedagogical University
O. Koloskov,
Postgraduate student,
State Biotechnological University*

DIGITAL TRANSFORMATION STRATEGIES FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN E-COMMERCE

У статті розглядаються стратегії цифрової трансформації для малого та середнього бізнесу (МСБ) у сфері електронної комерції. Вивчаються ключові аспекти, такі як значення цифрової трансформації для МСБ, її вплив на бізнес-моделі та нові можливості для монетизації. Окрема увага приділяється інструментам та технологіям, що сприяють успішній трансформації, а також викликам, з якими стикаються підприємства в процесі впровадження цифрових рішень. Оцінка результатів трансформації проводиться за допомогою ключових показників ефективності (KPI), що дозволяє визначити успішність впроваджених змін. Робота підкреслює актуальність цифрової трансформації в умовах швидкого розвитку електронної комерції та надає рекомендації щодо розробки та реалізації ефективних стратегій, які допоможуть МСБ адаптуватися до нових ринкових умов та забезпечити довгостроковий успіх.

The article explores digital transformation strategies for small and medium-sized businesses (SMEs) in the context of e-commerce, revealing the key aspects and stages of this process. The paper begins by defining the concept of digital transformation and explaining its importance for SMEs, emphasizing the importance of implementing modern technologies to increase business competitiveness and efficiency. It goes on to analyze the main benefits that businesses gain from digital transformation, such as optimizing operational processes, improving customer experience, and creating new monetization opportunities. Particular attention is paid to the tools and technologies that are key to digital transformation, including content management platforms, CRM systems, analytical tools, and cloud services. Strategies for implementing these technologies are also considered, starting from analyzing the current state of the business and defining specific goals, to selecting appropriate solutions and planning the stages of their implementation. The paper explores the challenges faced by SMEs in digital transformation, such as technical difficulties, resistance to change from staff, and limited financial resources. The paper offers practical

recommendations on how to overcome these challenges, including employee training, engaging external experts, and effective change management. An important aspect is the assessment of the success of digital transformation, which is carried out using key performance indicators (KPIs). Financial indicators, efficiency of internal processes, customer and employee satisfaction, as well as innovation activity of the enterprise are considered. In general, the article emphasizes the relevance of digital transformation for SMEs in the context of the rapid development of e-commerce. It provides a comprehensive overview of the strategies and tools needed for successful transformation and offers recommendations for their effective implementation, which will help businesses adapt to new market conditions and ensure long-term success. In this context, studying and developing effective digital transformation strategies becomes a necessary step for every entrepreneur who wants to succeed in e-commerce.

Ключові слова: цифрова трансформація, малий та середній бізнес, електронна комерція, стратегії впровадження, ключові показники ефективності, інструменти та технології, інновації, конкурентоспроможність, управління змінами.

Keywords: digital transformation, small and medium-sized businesses, e-commerce, implementation strategies, key performance indicators, tools and technologies, innovation, competitiveness, change management.

Постановка проблеми. Зі зростанням обсягу онлайн-торгівлі та змінами в поведінці споживачів, підприємства змушені шукати нові шляхи для підвищення своєї конкурентоспроможності та ефективності. Цифрова трансформація стає ключовим фактором, який дозволяє малим та середнім бізнесам (МСБ) адаптуватися до нових умов, розширювати свої можливості, впроваджувати інновації та оптимізувати бізнес-процеси.

Особливо важливим це є для електронної комерції, де темпи змін і конкуренція є надзвичайно високими. Впровадження стратегій цифрової

трансформації допомагає підприємствам не лише виживати, але й процвітати, забезпечуючи персоналізований клієнтський досвід, швидкість та ефективність операцій, а також використовуючи дані для прийняття обґрунтованих рішень. У такому контексті вивчення та розробка ефективних стратегій цифрової трансформації стає необхідним кроком для кожного підприємця, що прагне успіху в сфері електронної комерції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий науковий внесок у дослідження стратегій цифрової трансформації для малого та середнього бізнесу в електронній комерції зробили: Бурлакова І., Воскобоева О., Дергачова Г., Кіржецька М., Колешня Я., Краліч В., Маркович І., Ромащенко О., Струтинська І., Чмерук Г., Яценко В. та інші. Попри значний обсяг напрацювань у сфері цифрової трансформації підприємств, потребує теоретичного обґрунтування модель впровадження цифрових стратегій в умовах сучасних викликів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження та визначення ефективних стратегій впровадження цифрових технологій, які сприяють оптимізації бізнес-процесів, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню стійкого розвитку МСБ в умовах сучасного ринку електронної комерції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова трансформація є процесом впровадження цифрових технологій у всі аспекти діяльності організації, що призводить до фундаментальних змін у способі її функціонування та надання цінності клієнтам. Для МСБ цей процес є особливо важливим, оскільки він відкриває нові можливості для зростання, підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

Визначення цифрової трансформації включає в себе інтеграцію цифрових технологій у всі бізнес-процеси, що дозволяє підприємствам оптимізувати операції, створювати нові джерела доходу та покращувати клієнтський досвід. Це не лише впровадження нових технологій, але й зміна корпоративної культури, способів мислення та підходів до ведення бізнесу.

Значення цифрової трансформації для МСБ важко переоцінити. Вона дозволяє малим та середнім підприємствам конкурувати на рівних з великими компаніями, використовуючи інструменти, які раніше були доступні лише крупним гравцям [1, с. 107]. Наприклад, використання хмарних технологій, аналітики даних та штучного інтелекту дозволяє МСБ оптимізувати виробництво, покращувати логістику, розуміти потреби клієнтів та передбачати тренди ринку. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та лояльності, що є критично важливим для успіху в сучасному бізнес-середовищі.

Основні етапи цифрової трансформації включають кілька ключових кроків. Перший етап – це оцінка поточного стану бізнесу та визначення його потреб і можливостей. На цьому етапі підприємство аналізує свої внутрішні процеси, виявляє слабкі місця та можливості для вдосконалення. Другий етап полягає у розробці стратегії цифрової трансформації, яка враховує специфіку бізнесу та його цілі. Це включає визначення пріоритетних напрямків, вибір відповідних технологій та планування ресурсів.

Наступний етап – впровадження обраних технологій та рішень. Це може включати автоматизацію процесів, інтеграцію нових систем управління, створення цифрових продуктів та послуг. Важливо забезпечити належне навчання персоналу, щоб співробітники могли ефективно використовувати нові інструменти та технології [2, с. 48]. Завершальний етап – це моніторинг та оцінка результатів, що дозволяє визначити ефективність впроваджених рішень та коригувати стратегію за необхідності.

Цифрова трансформація є безперервним процесом, що вимагає постійного вдосконалення та адаптації до нових технологічних можливостей і змін на ринку. Для МСБ це означає необхідність бути гнучкими та готовими до змін, щоб максимально використовувати переваги цифрової епохи та забезпечити стійке зростання і розвиток. Отже, зрозумівши визначення та значення цифрової трансформації для МСБ та основні етапи її впровадження, варто детальніше розглянути переваги та виклики, з якими стикаються МСБ

у процесі цієї трансформації, а також шляхи вирішення проблем, пов'язаних з впровадженням нових технологій.

Цифрова трансформація для МСБ є критично важливим процесом, що відкриває широкі можливості для зростання, підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Вона включає впровадження цифрових технологій у всі аспекти діяльності підприємства, що дозволяє не лише оптимізувати існуючі процеси, але й створювати нові бізнес-моделі та підходи до взаємодії з клієнтами [3, с. 98]. Основні переваги цифрової трансформації для МСБ включають підвищення ефективності операцій, зниження витрат та покращення обслуговування клієнтів. Завдяки автоматизації рутинних процесів, таких як обробка замовлень, управління запасами та бухгалтерія, підприємства можуть значно скоротити час та ресурси, необхідні для виконання цих завдань. Це дозволяє співробітникам зосередитися на більш стратегічних задачах, що сприяє підвищенню продуктивності та інноваційності. Крім того, цифрові інструменти дозволяють краще розуміти потреби клієнтів, аналізуючи їх поведінку та вподобання, що сприяє створенню більш персоналізованих пропозицій та підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Однак цифрова трансформація для МСБ супроводжується численними викликами. Однією з основних проблем є обмеженість ресурсів, включаючи фінансові, людські та технологічні. Впровадження нових технологій вимагає значних інвестицій, що може бути проблематичним для малих та середніх підприємств з обмеженими бюджетами. Крім того, часто виникає нестача кваліфікованих кадрів, здатних ефективно працювати з новими системами та інструментами. Це може призвести до того, що підприємства не можуть повністю реалізувати потенціал цифрових рішень. Ще одним значним викликом є необхідність змінювати корпоративну культуру та підходи до ведення бізнесу [4-7]. Цифрова трансформація вимагає гнучкості та готовності до змін, що може викликати опір з боку співробітників, особливо

тих, хто звик працювати за традиційними методами. Подолання цього опору є критичним для успішної трансформації.

Для вирішення проблем, пов'язаних з впровадженням нових технологій, МСБ можуть використовувати кілька стратегій. По-перше, важливо розробити чітку стратегію цифрової трансформації, що враховує специфіку бізнесу та його потреби. Це дозволяє спрямувати обмежені ресурси на найбільш критичні напрямки та забезпечити максимальну ефективність впровадження. По-друге, залучення зовнішніх експертів та консалтингових компаній може допомогти заповнити прогалини у знаннях та досвіді, що сприяє більш плавному та ефективному переходу до нових технологій.

Також важливо інвестувати у навчання та розвиток персоналу, забезпечуючи співробітникам необхідні знання та навички для роботи з новими інструментами. Це не лише підвищує ефективність використання цифрових рішень, але й сприяє підвищенню мотивації та залученості працівників. Створення відкритої та підтримуючої корпоративної культури, де зміни сприймаються як можливості, а не загрози, є ключовим для успіху цифрової трансформації. Загалом, цифрова трансформація є необхідною для МСБ, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними у сучасному динамічному бізнес-середовищі. Незважаючи на численні виклики, правильний підхід та стратегія дозволяють успішно впроваджувати нові технології та отримувати значні переваги від їх використання.

Інструменти та технології є основою цифрової трансформації для МСБ в електронній комерції. У сучасному світі технологічні рішення дозволяють МСБ не лише конкурувати з великими корпораціями, але й створювати нові можливості для зростання та розвитку. Ключовими інструментами для цифрової трансформації в електронній комерції є платформи для управління контентом (CMS), системи управління відносинами з клієнтами (CRM), аналітичні інструменти, рішення для електронної комерції, хмарні сервіси та автоматизація маркетингу [8, с. 96].

Платформи для управління контентом, такі як WordPress, Shopify чи Magento, дозволяють МСБ створювати та керувати вебсайтами, які є основою електронної комерції. Ці платформи пропонують широкий спектр можливостей для налаштування, інтеграції з іншими інструментами та забезпечення зручного користувацького досвіду. Важливо, щоб вибір CMS враховував специфіку бізнесу, обсяги товарів та послуг, які пропонуються, а також технічні можливості та бюджет підприємства. Системи управління відносинами з клієнтами (CRM), такі як Salesforce або HubSpot, є незамінними для ефективного управління взаємодією з клієнтами. Вони дозволяють зберігати всю інформацію про клієнтів, відстежувати їх поведінку та історію покупок, а також забезпечують персоналізований підхід до кожного клієнта. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та лояльності, що є критично важливим для успіху в електронній комерції.

Аналітичні інструменти, такі як Google Analytics або Adobe Analytics, надають цінні дані про відвідувачів вебсайту, їх поведінку, конверсії та інші ключові показники. Використання цих даних дозволяє підприємствам приймати обґрунтовані рішення, оптимізувати маркетингові стратегії та покращувати користувацький досвід [9]. Впровадження аналітичних інструментів вимагає не лише технічних знань, але й розуміння бізнес-процесів та вміння інтерпретувати дані для прийняття ефективних рішень. Рішення для електронної комерції, такі як Shopify, WooCommerce або BigCommerce, є основою будь-якого інтернет-магазину. Вони забезпечують функціональність для управління товарами, обробки замовлень, здійснення платежів та логістики. Вибір платформи повинен базуватися на потребах бізнесу, обсягах продажів, вимогах до інтеграції з іншими системами та доступних фінансових ресурсах.

Хмарні сервіси, такі як Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure або Google Cloud, надають МСБ можливість зберігати та обробляти дані, забезпечуючи гнучкість, масштабованість та високу доступність. Використання хмарних рішень дозволяє підприємствам зменшити витрати на

інфраструктуру, підвищити безпеку даних та забезпечити швидке розгортання нових сервісів. Автоматизація маркетингу, за допомогою інструментів таких як Mailchimp або Marketo, дозволяє підприємствам автоматизувати рутинні маркетингові завдання, такі як розсилки електронних листів, управління соціальними мережами та рекламними кампаніями. Це дозволяє зосередитися на стратегічних аспектах маркетингу та покращити ефективність кампаній.

Для успішного вибору та впровадження відповідних технологічних рішень МСБ повинні враховувати кілька ключових аспектів [10, с. 85]. По-перше, важливо провести ретельний аналіз потреб бізнесу та визначити, які інструменти найбільше підходять для досягнення поставлених цілей. По-друге, слід оцінити фінансові можливості та вибрати рішення, які забезпечують оптимальне співвідношення ціни та якості. По-третє, необхідно забезпечити належне навчання персоналу та підтримку під час впровадження нових технологій, щоб максимально ефективно використовувати їх потенціал. Залучення зовнішніх експертів або консалтингових компаній може бути корисним для забезпечення успішної інтеграції та налаштування технологічних рішень. Цифрова трансформація в електронній комерції вимагає комплексного підходу та готовності до змін. Вибір правильних інструментів та технологій, а також їх ефективне впровадження, дозволяє МСБ залишатися конкурентоспроможними, підвищувати ефективність та забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів.

Стратегії впровадження цифрової трансформації для МСБ є ключовими для досягнення успіху в сучасному динамічному бізнес-середовищі. Ефективна стратегія цифрової трансформації дозволяє МСБ не лише оптимізувати внутрішні процеси, але й розвивати нові бізнес-моделі, покращувати обслуговування клієнтів та підвищувати конкурентоспроможність [11, с. 58]. Важливо розробити і реалізувати таку стратегію, яка враховуватиме унікальні потреби та можливості кожного окремого підприємства.

Однією з найбільш ефективних стратегій цифрової трансформації для МСБ є комплексний підхід, який включає кілька ключових елементів. Спершу необхідно провести глибокий аналіз поточного стану бізнесу, визначити його слабкі місця та потенційні можливості для вдосконалення. Цей етап передбачає оцінку існуючих бізнес-процесів, технологічної інфраструктури та рівня цифрової зрілості підприємства. Аналіз дозволяє зрозуміти, які аспекти бізнесу потребують найбільшої уваги та інвестицій. На основі результатів аналізу формується стратегія цифрової трансформації, яка повинна включати чітко визначені цілі та етапи їх досягнення. Важливо, щоб ці цілі були конкретними, вимірюваними, досяжними, релевантними та обмеженими у часі (SMART). Наприклад, це можуть бути цілі щодо підвищення продуктивності, зниження витрат, покращення клієнтського досвіду або збільшення обсягів продажів.

Одним з важливих аспектів стратегії є вибір відповідних технологічних рішень. Для МСБ важливо використовувати інструменти, які відповідають їхнім потребам та можливостям. Це можуть бути платформи для управління контентом, системи управління відносинами з клієнтами, аналітичні інструменти, хмарні сервіси та рішення для автоматизації маркетингу. Вибір технологій повинен базуватися на їх здатності інтегруватися з існуючими системами, забезпечувати масштабованість та відповідати бюджету підприємства. Реалізація стратегії цифрової трансформації передбачає кілька етапів. Спочатку необхідно створити план впровадження, який включає конкретні завдання, терміни їх виконання та відповідальних осіб. Важливо забезпечити підтримку з боку керівництва та залучити всіх співробітників до процесу трансформації. Навчання персоналу новим технологіям та підходам є критичним для успішної реалізації стратегії.

Під час впровадження цифрових рішень важливо забезпечити постійний моніторинг та оцінку результатів. Це дозволяє вчасно виявляти проблеми та коригувати стратегію за необхідності. Використання ключових показників ефективності (KPI) допомагає оцінювати прогрес та досягнення

поставлених цілей. Наприклад, це можуть бути показники щодо зниження операційних витрат, збільшення швидкості обробки замовлень або підвищення рівня задоволеності клієнтів. Окрім технічних аспектів, важливо також враховувати культурні зміни в організації. Цифрова трансформація часто вимагає змін у корпоративній культурі, підходах до роботи та ставленні до інновацій. Створення відкритого середовища, де зміни сприймаються як можливості, а не загрози, сприяє успішній реалізації стратегії. Залучення зовнішніх експертів або консалтингових компаній може бути корисним для забезпечення належного рівня технічної підтримки та управління проектами. Вони можуть допомогти у розробці стратегії, виборі технологічних рішень та їх інтеграції, що дозволяє МСБ зосередитися на основних бізнес-процесах. Отже, розглянувши вплив цифрової трансформації на бізнес-моделі МСБ та її нові можливості для монетизації, важливо зрозуміти, що ці зміни суттєво перетворюють способи функціонування підприємств у цифровому віці [12, с. 105].

Цифрова трансформація значно змінює бізнес-моделі МСБ, відкриваючи нові можливості для монетизації та підвищення конкурентоспроможності. Завдяки впровадженню цифрових технологій, МСБ можуть суттєво змінити підходи до ведення бізнесу, оптимізувати операційні процеси та створювати нові джерела доходу. Однією з основних змін, які приносить цифрова трансформація, є перехід від традиційних моделей ведення бізнесу до цифрових платформ. Використання електронної комерції, маркетплейсів та онлайн-сервісів дозволяє МСБ розширювати свою аудиторію, виходити на нові ринки та знижувати витрати, пов'язані з фізичним обслуговуванням клієнтів. Це також створює можливості для більш гнучкого управління бізнесом та швидкої адаптації до змін на ринку.

Цифрова трансформація відкриває нові можливості для персоналізації продуктів та послуг. Збір та аналіз даних про поведінку клієнтів дозволяє підприємствам пропонувати індивідуалізовані рішення, що підвищує задоволеність клієнтів та стимулює повторні покупки. Наприклад,

використання рекомендаційних систем на основі штучного інтелекту допомагає створювати персоналізовані пропозиції, що сприяє збільшенню обсягів продажів. Крім того, цифрові технології дозволяють МСБ розвивати нові моделі монетизації, такі як підписки, фреміум-моделі та платні сервіси. Ці моделі дозволяють підприємствам отримувати стабільний потік доходів та покращувати прогнозування фінансових результатів [13, с. 8]. Наприклад, компанії можуть пропонувати базові послуги безкоштовно, залучаючи велику аудиторію, а потім монетизувати додаткові функції через платні підписки.

Іншою важливою зміною є можливість впровадження автоматизації та оптимізації бізнес-процесів за допомогою цифрових інструментів. Це дозволяє знижувати операційні витрати, підвищувати продуктивність та швидкість виконання завдань. Впровадження CRM-систем, ERP-систем та інших цифрових рішень допомагає ефективніше управляти ресурсами, зменшувати кількість помилок та підвищувати загальну ефективність бізнесу. Цифрова трансформація також сприяє розвитку нових напрямків бізнесу, таких як онлайн-навчання, цифрові консультації та інші види дистанційних послуг. Це відкриває нові можливості для монетизації експертизи та знань, дозволяючи МСБ розширювати свої послуги та залучати нових клієнтів з усього світу. Цифрова трансформація кардинально змінює бізнес-моделі МСБ, відкриваючи широкі можливості для інновацій та розвитку. Використання цифрових платформ, персоналізація продуктів, нові моделі монетизації та автоматизація процесів дозволяють підприємствам залишатися конкурентоспроможними та ефективно реагувати на зміни в ринковому середовищі. Це не лише сприяє зростанню доходів, але й забезпечує довгострокову стійкість бізнесу.

З огляду на те, як цифрова трансформація змінює бізнес-моделі МСБ та відкриває нові можливості для монетизації, важливо також розуміти, як оцінювати успішність цих змін та які КРІ використовувати для вимірювання їхнього впливу. Оцінка результатів та визначення показників успішності

цифрової трансформації є ключовими для розуміння, наскільки ефективно впроваджені зміни впливають на бізнес. Успішність цифрової трансформації можна оцінювати за допомогою різних KPI, які дозволяють вимірювати як короткострокові, так і довгострокові результати. Одним з основних показників є фінансові показники, такі як збільшення доходів, рентабельність та зниження витрат. Ці показники демонструють, наскільки ефективно цифрові інструменти та технології впливають на фінансовий стан підприємства. Наприклад, зростання обсягів продажів після впровадження нової електронної платформи або зменшення витрат на операційні процеси завдяки автоматизації є явними індикаторами успіху.

Іншим важливим аспектом є оцінка ефективності внутрішніх процесів. Це включає показники, такі як час обробки замовлень, швидкість реагування на запити клієнтів, продуктивність співробітників та зниження кількості помилок. Ці показники дозволяють зрозуміти, наскільки цифрові зміни сприяють оптимізації операційної діяльності та покращенню внутрішніх процесів. Задоволеність клієнтів є ще одним критичним KPI, який вимірює, як зміни впливають на сприйняття компанії з боку клієнтів. Це можна оцінювати за допомогою таких показників, як рівень утримання клієнтів, частота повторних покупок, показники Net Promoter Score (NPS) та відгуки клієнтів. Висока задоволеність клієнтів свідчить про успішність впровадження нових технологій та підходів, що забезпечують кращий користувацький досвід [14].

Також важливо враховувати показники інновацій та адаптації, які включають кількість нових продуктів або послуг, розроблених завдяки цифровій трансформації, а також здатність компанії швидко адаптуватися до змін на ринку. Це можуть бути кількість впроваджених інноваційних проектів, швидкість виходу нових продуктів на ринок та здатність підприємства реагувати на нові виклики та можливості. Зрештою, показники ефективності співробітників та їх задоволеність також є важливими для оцінки успішності цифрової трансформації. Це можуть бути показники

продуктивності, рівень залученості та задоволеності персоналу, а також зниження плинності кадрів. Високий рівень задоволеності співробітників свідчить про успішну адаптацію до нових технологій та позитивний вплив змін на робочий процес.

Таким чином, оцінка успішності цифрової трансформації повинна бути комплексною, включаючи фінансові результати, ефективність внутрішніх процесів, задоволеність клієнтів та співробітників, а також здатність підприємства до інновацій. Використання різноманітних КРІ дозволяє отримати повну картину впливу цифрових змін та приймати обґрунтовані рішення для подальшого розвитку бізнесу.

Висновки. Загалом, цифрова трансформація стає невід'ємною частиною успішного розвитку МСБ. Вона не лише модернізує бізнес-моделі, але й відкриває нові можливості для зростання, інновацій та підвищення конкурентоспроможності. Впровадження цифрових технологій дозволяє МСБ оптимізувати свої операційні процеси, розширювати ринки збуту та вдосконалювати клієнтський досвід, що в свою чергу сприяє збільшенню доходів і зниженню витрат. Оцінка результатів цифрової трансформації за допомогою чітко визначених КРІ дозволяє підприємствам не тільки відслідковувати прогрес, але й оперативно коригувати стратегію для досягнення максимального ефекту.

Водночас, успішна реалізація цифрової трансформації вимагає комплексного підходу, що включає стратегічне планування, вибір відповідних технологічних рішень, а також активне залучення та навчання персоналу. Залучення зовнішніх експертів і підтримка з боку керівництва грають важливу роль у цьому процесі, забезпечуючи необхідну експертизу та підтримку. З огляду на швидкість змін у світі технологій, здатність МСБ адаптуватися до нових умов і постійно оновлювати свої підходи є критично важливою для забезпечення довгострокового успіху та стійкості бізнесу в конкурентному середовищі.

Література

1. Маркович І., Струтинська І. Передумови та особливості зміни вимог до характеру ведення бізнесу в епоху цифровізації глобальної економіки. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 41. С. 105-109.
2. Ігнатенко М.М., Мармуль Л.О., Романюк І.А. Розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків. *Економічний вісник університету*. 2023. Вип. 57. С. 45-51.
3. Чмерук Г., Краліч В., Бурлакова І. Деякі аспекти цифрової трансформації підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 97-101.
4. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. № 6. С. 106-107.
5. Дергачова Г., Колешня Я. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник НТУУ КПІ*. 2020. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216367/216461>. (дата звернення: 07.06.2024)
6. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.
7. Яценко В. Діджиталізація – сучасний фактор розвитку бізнес-процесів. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.2.200>. (дата звернення: 07.06.2024)
8. Сіденко В.Р. Мегатренди розвитку електронної торгівлі у контексті сучасної технологічної революції. *Економіка України*. 2018. № 11-12 (684-685). С. 82-103.
9. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навчально-метод. посібник. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
10. Мандич О.В., Науменко І.В., Романюк І.А. Формування політики товаророзподілу в інтегрованих структурах. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 4. С. 83-87.

11. Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Индекс цифровізації як основний фактор розвитку цифрових технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 4(26). С. 56-61.
12. Азізов О. Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу. *Університетські наукові записки*. 2020. № 3-4 (75-76). С. 101-108.
13. Кіржецька М., Кіржецький Ю. Особливості цифрової стратегії підприємства залежно від розміру бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 5(66). С. 7-15.
14. Pakhucha E. et al. Investigating the Impact of Structural Changes: The SocioEconomic Security Framework. *European Journal of Sustainable Development*. 2023. № 12(1), Pp. 180.

References

1. Markovych, I. and Strutyns'ka, I. (2019), "Prerequisites and features of changing requirements for the nature of doing business in the era of digitalization of the global economy", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 41, pp. 105-109.
2. Ihnatenko, M.M. Marmul', L.O. and Romaniuk, I.A. (2023), "Development of competitive strategies of enterprises in the context of market globalization", *Ekonomichnyj visnyk universytetu*, vol. 57, pp. 45-51.
3. Chmeruk, H. Kralich, V. and Burlakova, I. (2018), "Some aspects of digital transformation of enterprises", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 34, pp. 97-101.
4. Koliadenko, S.V. (2016), "Digital economy: prerequisites and stages of formation in Ukraine and in the world", *Ekonomika. Finansy. Menedzhment*, vol. 6, pp. 106-107.
5. Derhachova, H. and Koleshnia, Ya. (2020), "Digital transformation of business: essence, features, requirements and technologies", *Ekonomichnyj visnyk NTUU KPI*, available at: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216367/216461>. (Accessed 07 June 2024)

6. Kviatko, T.M. Mandych, O.V. Sievidova, I.O. Babko, N.M. Romaniuk, I. A. Vitkovs'kyj, Yu. P. and Mykytas', A.V. (2020), *Marketynhovi doslidzhennia* [Marketing research], KHNTUSH, Kharkiv, Ukraine.
7. Yatsenko, V. (2022), "Digitalization is a modern factor in the development of business processes", *Efektivna ekonomika*, vol. 2. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.2.200>.
8. Sidenko, V.R. (2018), "Megatrends of e-commerce development in the context of the modern technological revolution", *Ekonomika Ukrainy*, vol. 11-12 (684-685), pp. 82-103.
9. Kraus, K.M. Kraus, N.M. and Manzhura, O.V. (2021), *Elektronna komertsii ta Internet-torhivlia* [E-commerce and Internet commerce], Ahrar Media Hrup, Kyiv, Ukraine.
10. Mandych, O.V. Naumenko, I.V. and Romaniuk I.A. (2019), "Formation of commodity distribution policy in integrated structures", *Aktual'ni problemy innovatsijnoi ekonomiky*, vol. 4, pp. 83-87.
11. Voskoboieva, O.V. and Romaschenko, O.S. (2018), "Digitalization index as the main factor in the development of digital technologies", *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, vol. 4(26), pp. 56-61.
12. Azizov, O. (2020), "Analysis and forecast of marketing strategies and PR in the context of the coronavirus pandemic", *Universytets'ki naukovy zapysky*, vol. 3-4 (75-76), pp. 101-108.
13. Kirzhets'ka, M. and Kirzhets'kyj, Yu. (2020), "Features of the digital strategy of the enterprise depending on the size of the business", *Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk*, vol. 5(66), pp. 7-15.
14. Pakhucha, E. (2023), "Investigating the Impact of Structural Changes: The SocioEconomic Security Framework", *European Journal of Sustainable Development*, vol. 12(1), pp. 180.

Стаття надійшла до редакції 15.06.2024 р.