УДК 330.341.13 Радинський С.В.

 *кандидат економічних наук*

*доцент кафедри економіки та фінансів*

*Тернопільський національний технічний університет*

*імені Івана Пулюя м. Тернопіль, Україна*

 Радинська С.С.

*студентка 2 курсу Університет інформаційних*

*технологій та менеджменту*

*м. Жешув, Польща*

**ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ**

У сучасних умовах стрімкої цифровізації використання цифрових інструментів у підприємництві є ключовим фактором успіху. Інноваційні технології сприяють автоматизації бізнес-процесів, підвищенню ефективності управління та покращенню взаємодії з клієнтами. Запровадження цифрових рішень, таких як CRM-системи, аналітичні платформи, онлайн-маркетинг та штучний інтелект, дає змогу підприємствам швидко адаптуватися до змін ринку. Використання цифрових інструментів стає не лише конкурентною перевагою, а й необхідністю для виживання та розвитку бізнесу. Відповідно, інтеграція цифрових технологій виступає досить важливим стратегічним кроком для сучасних підприємств та підприємців.

На сучасному етапі використання цифрових технологій у підприємницькій діяльності визначається комплексом унікальних особливостей, які трансформують способи, якими бізнес веде свою діяльність. Такі технології надають підприємствам засоби для автоматизації та оптимізації бізнес-процесів, що дозволяє значно підвищити продуктивність та знизити витрати. Вони також революціонізують способи комунікації, забезпечуючи швидке та ефективне спілкування з клієнтами, партнерами та персоналом навіть на великій відстані [1].

Водночас, завдяки цифровим платформам та інструментам, суб’єкти господарювання можуть легко розширювати свій ринок, залучати нових клієнтів та надавати послуги онлайн, - зазначене робить їх більш ефективними та конкурентоспроможними.

Цифровізація підприємств стала ключовим джерелом економічного зростання через оптимізацію процесів виробництва, зростання ефективності управління та продуктивності праці, зниження витрат тощо [2, с. 401–402].

З метою ефективного впровадження цифрових технологій у діяльність підприємства необхідним є комплексний підхід, який включає такі наступні аспекти:

– проведення всебічного аналізу цифрового потенціалу підприємства для визначення рівня його готовності до цифрової трансформації;

– забезпечення можливості інтеграції сучасних цифрових технологій у бізнес-процеси з урахуванням специфіки діяльності та стратегічних цілей підприємства;

– розвиток кадрового потенціалу шляхом підвищення рівня цифрової грамотності працівників та впровадження програм навчання з освоєння новітніх технологій;

– формування та реалізація ефективних цифрових стратегій, спрямованих на оптимізацію діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на ринку;

– посилення заходів кібербезпеки для захисту корпоративних даних, інформаційних систем та комунікаційних мереж від кіберзагроз і несанкціонованого доступу;

– удосконалення механізмів взаємодії з клієнтами через застосування персоналізованих цифрових сервісів, автоматизацію комунікацій та використання омніканальних платформ;

– впровадження сучасних методів збору, аналізу та обробки великих обсягів даних (Big Data) для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, прогнозування ринкових тенденцій та вдосконалення бізнес-стратегії.

На наш погляд, лише забезпечення комплексного підходу до цифрової трансформації дозволить українським підприємствам підвищити рівень їхньої ефективності, адаптивності та інноваційності, оскільки це є важливим та визначальним чинником їх успішного функціонування у сучасному динамічному бізнес-середовищі.

**Список використаних джерел:**

1.Вербівська О.Л., Буринська О.І. Використання цифрових технологій у підприємницькій діяльності. *Економіка та суспільство.* 2024. Вип.61. URL : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3814 (дата звернення до ресурсу 15.03.2025)

2. Lytvyn L., Hryhoruk A., Verbivska L., Poprotskyy O., Medynska T., Pelekh O. Enterpreneship Transformation in the Context of the Digitization of Business Processes. *Postmodern Openings.* 2022. Vol. 13. Issue 2. P. 396–408.