

За сучасних викликів електронна комерція стає не лише альтернативою традиційній торгівлі, але й ключовим фактором її стратегічного розвитку. Підприємства, які активно впроваджують цифрові технології, отримують значні конкурентні переваги та формують основу сталого функціонування в умовах невизначеності.

Література

1. Литвиненко Н. І. Електронна комерція: теорія та практика : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2021. 312 с.
2. Кудирко Л. І. Інформаційні системи і технології в торгівлі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 368 с.
3. Чубук Л. М. Цифровізація торгівлі та розвиток електронної комерції : монографія. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2022. 254 с.
4. Алдабаєва А. О., Ковальчик О. А., (2024) Дослідження бізнес- та клієнто-орієнтованих підходів у електронній комерції // Тези V міжнародної конференції „Цифрова економіка: інновації та сталий розвиток“, Тернопіль, 28-29 листопада 2024 року. 2024. С. 68–71. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/47090/2/TSEFISRS_2024_Aldabaeva_A-Research_of_business_and_68-71.pdf

УДК 330.342

Анастасія ЩУПАЧИНСЬКА, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Олена БЕРЕТЕЦЬКА, канд.екон.наук., доцент

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Anastasiia SHCHUPACHYNSKA, higher education applicant

Scientific supervisor: Olena BERESTETSKA, Ph.D., Assoc. Prof.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

PROSPECTS OF DIGITALIZATION FOR SMALL BUSINESS

Цифровізація стає одним із ключових факторів розвитку малого бізнесу в Україні, оскільки відкриває нові можливості для оптимізації діяльності, зниження витрат та підвищення конкурентоспроможності. Для малих підприємств цифрові технології дозволяють швидше адаптуватися до змін ринку, ефективніше комунікувати з клієнтами та розширювати свою присутність у цифровому середовищі.

Однією з найважливіших перспектив цифровізації є впровадження інструментів онлайн-продажів — інтернет-магазинів, маркетплейсів та соціальних мереж. Вони забезпечують доступ до ширшої аудиторії, сприяють збільшенню обсягів збуту та зменшують залежність від оф-лайн-торгівлі. Водночас цифровий маркетинг, зокрема таргетована реклама, SEO та робота з аналітикою, дозволяє ефективно просувати продукцію та формувати лояльність споживачів.

Важливим напрямом є автоматизація бізнес-процесів, наприклад, використання CRM-систем, хмарних сервісів, електронного документообігу та бухгалтерських платформ. Це дозволяє зменшити ручну роботу, уникнути помилок та оптимізувати управління ресурсами. Такі рішення підвищують швидкість обробки замовлень, якість обслуговування та прозорість фінансового обліку.

Цифровізація також сприяє доступу малого бізнесу до фінансових ресурсів через онлайн-банкінг, цифрові кредитні платформи та інструменти електронної комерції. Це розширює можливості інвестування у розвиток підприємства та впровадження інновацій. Крім того, активний розвиток штучного інтелекту та аналітичних систем відкриває перспективи персоналізації пропозицій, прогнозування попиту та ефективного управління запасами.

Попри значні переваги, процес цифровізації стикається з певними викликами: нестачею фінансових ресурсів, недостатнім рівнем цифрової грамотності підприємців, кіберризиками та потребою в адаптації існуючих процесів. Однак у довгостроковій перспективі цифрова трансформація створює нові можливості для підвищення продуктивності та зміцнення конкурентних позицій малого бізнесу.

Отже, цифровізація є одним із головних напрямів розвитку малого підприємництва, оскільки забезпечує доступ до інноваційних інструментів, сприяє покращенню управлінських процесів та формує умови для стабільного економічного зростання.

Література:

1. Герасимчук В. Г., Іванова В. М. Економіка підприємства. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 320 с.
2. Поддєрьогін А. М. Економіка підприємства: підручник. Київ: КНЕУ, 2020. 400 с.
3. Міністерство цифрової трансформації України. Офіційний портал [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://thedigital.gov.ua> . Дата звернення: 08.12.2025.