

ЧИННИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У МАЛОМУ БІЗНЕСІ

*Макаров С.А., здобувач аспірантури
спеціальності 051 «економіка»
Національний аерокосмічний університет
ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»*

*Попов А.С., к.е.н., доц.
кафедри економіки та публічного управління*

Впровадження цифрових інструментів у діяльність малого бізнесу у сфері торгівлі залежить від низки чинників, які можна класифікувати за кількома критеріями. Основними категоріями є зовнішні та внутрішні чинники:

- зовнішні чинники включають загальні економічні умови, розвиток цифрової інфраструктури, державну політику у сфері підтримки бізнесу та конкуренцію.
- внутрішні чинники пов'язані з ресурсами підприємства, рівнем цифрової грамотності, організаційною культурою та стратегічними цілями.

Для розуміння впливу цифровізації на малий бізнес важливо розглядати кожну категорію детально.

Одним із ключових зовнішніх чинників є доступ до якісної цифрової інфраструктури. Малі підприємства залежать від стабільного інтернет-з'єднання, доступу до хмарних сервісів, цифрових платформ та інших технологій. У регіонах із недостатнім розвитком інфраструктури впровадження цифрових інструментів ускладнюється.

Наприклад, відсутність швидкісного інтернету у віддалених районах значно обмежує можливості онлайн-торгівлі, автоматизації процесів чи використання CRM-систем. Для підприємств, що діють у таких умовах, державна підтримка у вигляді розширення цифрових мереж може стати вирішальним фактором.

Державна політика у сфері цифровізації малого бізнесу також відіграє важливу роль. Програми фінансової підтримки, зокрема гранти чи кредити для впровадження ІКТ, знижують бар'єри для інновацій. Наприклад, в Україні діють програми цифрової освіти для підприємців, які сприяють підвищенню рівня цифрової грамотності.

Водночас необхідна прозора законодавча база для електронної комерції, що забезпечує безпеку транзакцій і захист прав споживачів, сприяючи зростанню довіри до цифрових інструментів.

Конкуренція на ринку спонукає малі підприємства адаптувати цифрові технології. У торгівлі особливо важливо використовувати сучасні інструменти, такі як аналітика великих даних, омніканальні платформи, персоналізовані пропозиції та цифровий маркетинг. У конкурентному середовищі ті підприємства, які ігнорують цифровізацію, ризикують втратити клієнтів і позиції

на ринку.

Фінансова спроможність є ключовим фактором для впровадження цифрових інструментів. Високі початкові витрати на придбання обладнання, ліцензії на програмне забезпечення та навчання персоналу можуть стати бар'єром для малих підприємств. Разом із тим, багато доступних рішень, таких як хмарні сервіси або SaaS-платформи, дозволяють знизити витрати.

Ефективне управління фінансовими ресурсами, зокрема використання кредитів чи грантів, може допомогти подолати фінансові бар'єри.

Цифрова грамотність власників бізнесу та працівників є важливим чинником успішної інтеграції цифрових технологій. Брак знань і навичок у використанні ІКТ може уповільнити процес впровадження нових інструментів і знизити їхню ефективність.

Навчальні програми, участь у семінарах і тренінгах можуть допомогти підвищити рівень цифрової грамотності. Крім того, наймання кваліфікованих спеціалістів з інформаційних технологій може стати стратегічним рішенням для бізнесу.

Успішна цифровізація залежить від стратегічного бачення керівництва. Власники малого бізнесу, які розуміють потенційні вигоди цифровізації, більш схильні до впровадження інновацій. Крім того, відкритість до змін та адаптивність організаційної культури є важливими передумовами для ефективного використання цифрових інструментів.

Вибір технологій для впровадження залежить від їхньої доступності та відповідності потребам малого бізнесу. Наприклад, хмарні сервіси, такі як Google Workspace чи Microsoft 365, є доступними для підприємств різного розміру. Крім того, використання платформ електронної комерції, таких як Shopify або WooCommerce, дозволяє малому бізнесу швидко виходити на ринок з мінімальними витратами.

Ефективне використання цифрових технологій вимагає інтеграції різних систем, таких як платформи управління запасами, CRM-системи та електронні платіжні інструменти. Це допомагає створити цілісний підхід до управління бізнесом, поліпшуючи продуктивність та знижуючи витрати.

Соціальні чинники, зокрема ставлення клієнтів до цифрових сервісів, також впливають на впровадження цифрових інструментів. Зростання популярності онлайн-покупок, мобільних додатків і безготівкових розрахунків формує попит на цифрові технології.

Культурні аспекти, зокрема готовність співробітників до змін, також впливають на успішність цифровізації. Підприємства, що культивують інноваційність і підтримують розвиток своїх працівників, мають більше шансів на успіх у впровадженні нових технологій.

Чинники впровадження цифрових інструментів у малому бізнесі у сфері торгівлі є багатогранними та взаємопов'язаними. Вони включають як зовнішні умови, такі як доступ до інфраструктури та державна підтримка, так і внутрішні аспекти, зокрема фінансові ресурси, цифрову грамотність і організаційну культуру. Успішне впровадження цифрових технологій вимагає комплексного підходу, який враховує всі ці аспекти та дозволяє підприємствам адаптуватися

до швидкозмінного ринкового середовища.

Література

1. Кривошей В. М., Дубовий О. А. Цифрова економіка: теоретичні основи і практичні виклики // Економіка і суспільство. 2022. С. 23–28. URL: <https://economyandsociety.in.ua>.
2. Schneider A. Digital transformation and global markets // Journal of Business Research. 2023. Vol. 125. P. 115–121. URL: <https://www.journal.com>.
3. Бутенко О. В., Колесник А. С. Виклики цифровізації економіки України // Наукові записки. 2022. С. 45–50. URL: <https://academic.org>.
4. Johnson P. Big Data and decision making in the digital economy // Technological Forecasting & Social Change. 2022. Vol. 174. P. 104–115. URL: <https://www.techfuture.com>.
5. OECD. Digital economy outlook. 2023. URL: <https://www.oecd.org>.

УДК 338.2

ПРОЦЕСИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ КИТАЮ)

Мельник М.О., учень 6 класу

*Комунального закладу «Кам'яноярський ліцей» Чугуївської міської ради
Харківської області; вихованець гуртка «Географічне краєзнавство»
Комунального закладу «Харківська обласна станція юних туристів»
Харківської обласної ради.*

*Кандиба Ю.І., к.г.н., доц. кафедри
соціально-економічної географії і регіоназнавства імені Костянтина Нємця
Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна;*

*Андрєєв С.С., учитель географії
Комунального закладу «Кам'яноярський ліцей» Чугуївської міської ради
Чугуївського району Харківської області.*

В останні десятиліття Китай досяг значних успіхів у галузі цифрової трансформації економіки. Цифрові технології стали основою для модернізації різних галузей, стимулювання економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності країни на глобальній арені. Стрімкий розвиток технологій, таких як інтернет речей, 5G, а також інтеграція цифрових рішень у традиційні сектори економіки дозволили Китаю створити передову інноваційну екосистему. До пандемії у 2019 році обсяг цифрової економіки КНР до 38,5 трлн юанів, що становило 36% від загального ВВП [1]. На початку 2023 року у Китаї налічувалося 1,05 млрд. користувачів Інтернету, коли проникнення інтернету становило 73,7%. У січні 2023 року в Китаї налічувалося 1,03 млрд. користувачів соціальних мереж, що становить 72,0% від загальної чисельності населення. На