

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки, підприємництва та туризму

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

ЯКОВЕНКО Олег Сергійович

УДК 330.354

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Діджиталізація господарської діяльності суб'єктів підприємництва

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О. С. ЯКОВЕНКО

Керівник роботи

БУЛУЙ Олексій Григорович

к. е. н., доцент

Житомир – 2023

АНОТАЦІЯ

Яковенко О. С. Діджиталізація господарської діяльності суб'єктів підприємництва. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. – Поліський національний університет, 2023.

У кваліфікаційній роботі вивчено теоретичні, методичні та практичні аспекти обґрунтування та впровадження діджиталізації господарської діяльності суб'єктів підприємництва. Досліджено сутність процесу діджиталізації, а також нормативно-правове врегулювання. Оцінено діджиталізацію на базі малого бізнесу. А також проаналізовано основні види інтернет-маркетингу підприємства. Обґрунтовано ефективності розширення вектору діджиталізації господарської діяльності малих форм бізнесу.

Ключові слова: діджиталізація, цифровізація, інтернет-маркетинг, онлайн-маркетинг.

SUMMARY

Yakovenko O. S. Digitalization of economic activity of entrepreneurship. – Manuscript.

Qualification work for a master's degree in specialty 076 – Entrepreneurship, trade and exchange activity. – Polissia National University, 2023.

In the qualification work, the theoretical, methodical and practical aspects of the justification and implementation of digitalization of economic activity of business entities were studied. Digitalization on the basis of small business. The effectiveness of the expansion of the vector of digitalization of the economic activity of small forms of business is substantiated.

Keywords: digitalization, digitization, internet marketing, online marketing.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	6
1.1. Поняття, сутність та види діджиталізації підприємництва	6
1.2. Нормативно-правове регулювання діджиталізації бізнесу	9
Висновки до розділу 1	13
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ПРОЦЕСІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	14
2.1. Характеристика підприємництва Житомирської області	14
2.2. Рівень діджиталізації підприємницьких структур	21
2.3. Оцінка процесів діджиталізації малого бізнесу (на прикладі ФОП Томчук А. М.).....	26
Висновки до розділу 2	32
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	33
3.1. Діджиталізація господарських процесів як інноваційна стратегія розвитку ФОП Томчук А. М.....	33
3.2. Реалізація проєкту інтернет-маркетингу ФОП Томчук А. М.....	36
Висновки до розділу 3	43
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ.....	52

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Діджиталізація є неминучим аспектом підприємництва у зв'язку із стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Наразі впровадження методів діджиталізації сприяє інноваційному розвитку підприємств різного рівня. Діджиталізація дозволяє застосовувати новітні цифрові технології у господарській діяльності суб'єктів підприємництва.

Тематика є надзвичайно актуальною як в міжнародній, так і вітчизняній літературі. Хоча під час дослідження виявлено, що вчені розглядають процеси діджиталізації та їх вплив на бізнес у спектрі розвитку господарської діяльності суб'єктів підприємництва. В українській літературі цим питанням займаються такі науковці як О. Абакуменко, А. Гуренко, О. Грибіненко, Д. Лук'янененко, О. Юрчак, А. Хріпко, К. Куприна, Г. Сколова, Л. Лігоненко, М. Корнеєва та інші. Щодо іноземних дослідників цю тематику досліджують М. Золтаніфар, М. Хьюгс, Л. Гьоке, Р. Хізріч, Н. Ріхтер, Д. Драгоєва, Ф. Меєр, Р. Венігер, Л. Хайм, С. Герт, П. Розаті та інші.

Метою дослідження є розкриття теоретичних та практичних аспектів процесів діджиталізації в господарській діяльності суб'єктів підприємництва. Поставлена мета зумовлює вирішення таких завдань:

- дослідити теоретичні засади діджиталізації господарської діяльності суб'єктів підприємництва;
- розглянути нормативно-правове врегулювання та визначити переваги та недоліки діджиталізації;
- дослідити ефективність підприємницької діяльності суб'єктів господарювання Житомирської області;
- дослідити інноваційну стратегію розвитку суб'єктів підприємництва в умовах діджиталізації.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку процесів діджиталізації господарської діяльності підприємств, а

об'єктом дослідження є процеси розвитку діджиталтехнологій суб'єктів підприємництва.

Методи дослідження. Під час дослідження було застосовано метод системного аналізу для визначення зв'язків процесів діджиталізації та підприємства; у цьому аспекті було застосовано також метод системно-структурного аналізу. Табличний та графічний методи було застосовано під час аналізу процесів діджиталізації на базі ФОП Томчук Андрій Михайлович. Метод оцінювання та ранжирування використано з метою впровадження технологій інтернет-маркетингу.

Інформаційна база дослідження. В основному інформаційна база складається із публікацій в мережі Інтернет, Законів України, що стосуються процесів діджиталізації, концепції Міністерства цифрової трансформації, а також статистичних даних підприємств Житомирської області.

Практичне значення одержаних результатів. Результати отримані під час дослідження впроваджено у практику діджиталізації ФОП Томчук Андрій Михайлович і можуть слугувати прикладом для інших малих підприємств, які прагнуть налаштувати інтернет-маркетинг. Результати досліджень опубліковано у матеріалах науково-практичних конференцій та у науковому фаховому виданні «Агросвіт».

1. Валінкевич Н. В., Яковенко О. С., Атаманюк Г. М., Любарський М. В. Організація та управління персоналом підприємницьких структур. *Агросвіт*. 2023. №13. С. 46–53.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, 3 розділів, 9 підрозділів, висновку та пропозицій. Для написання кваліфікаційного дослідження використано 42 джерела літератури, робота складається з 45 сторінок та проілюстрована додатком.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Поняття, сутність та види діджиталізації підприємництва

Діджиталізація (або цифровізація) підприємництва – це процес впровадження цифрових технологій та інновацій в різні аспекти діяльності підприємства для поліпшення ефективності, збільшення конкурентоспроможності та підвищення якості продуктів чи послуг []. Основна мета – використання сучасних технологій для оптимізації бізнес-процесів та створення нових можливостей для розвитку.

Таблиця 1.1

Поняття діджиталізації підприємства

Автор	Поняття
Р. Ройбер, Е. Фішер	Діджитал (цифровим) підприємством називають особу або бізнес, які використовують інформаційно-комунікаційні технології для спілкування між клієнтами та партнерами. Це передбачає діяльність, основною метою якої є продаж цифрових продуктів або послуг.
К. Халл	Діджиталізація підприємства – це підкатегорія підприємництва, в якій частина чи все те, що було б фізичним у традиційній організації, було оцифровано, наприклад, цифрові товари чи послуги та дистрибуція.
Танг Ле Дін	Діджиталізація підприємства – це примирення традиційного підприємництва з новим способом створення та ведення бізнесу в цифрову епоху.
С. Крауз	Діджиталізація підприємства – це загалом, будь-яка підприємницька діяльність, яка переводить актив, послугу або основну частину бізнесу в цифровий формат.

Джерело: сформовано за даними [29–35].

Поняття діджиталізації можна розглядати з точки зору цифрових технологій, тобто використання різноманітних цифрових технологій, таких як штучний інтелект, аналітика даних, cloud технології, Інтернет і інші [27]. Так само можна розглядати як бізнес-процес, коли відбувається автоматизація та оптимізація бізнес-процесів за допомогою цифрових інструментів для підвищення ефективності та зниження витрат [28]. Або як електронну комунікації, тобто використання різних засобів електронної

комунікації для покращення внутрішньої та зовнішньої взаємодії підприємства з клієнтами, партнерами та співробітниками.



Рис. 1.1. Сутність діджиталізації

Джерело: сформоване за даними [37].

У багатьох дослідженнях цифрове підприємництво відрізняється від традиційного чи загального підприємництва багатьма аспектами, які досліджувалися роками. В 2013 р. Європейська комісія визнала 5 елементів як стовпи цифрового підприємництва (табл. 1.2), в якому кожен елемент пов'язаний з аналізом концепції підприємництва [39]: Видами діджиталізації є:

- Процесуальна діджиталізація. Процесуальна діджиталізація відноситься до впровадження цифрових технологій та електронних засобів для оптимізації та автоматизації процесів управління, виконання завдань, обміну інформацією та прийняття рішень в різних сферах діяльності [21]. Цей процес може бути спрямований на покращення ефективності, зменшення часових та ресурсних витрат, а також підвищення якості послуг або товарів [9]. Нижче розглянемо основні аспекти процесуальної діджиталізації:

- Інформаційна діджиталізація: Інформаційна діджиталізація — це процес впровадження цифрових технологій та інформаційних систем для збору, обробки, зберігання та передачі інформації в організації або сфері діяльності.

Цей процес має на меті оптимізацію обробки інформації, поліпшення доступності даних, забезпечення безпеки і ефективності роботи з інформацією [11].

- **Клієнтська діджиталізація:** Залучення клієнтів за допомогою цифрових каналів комунікації, електронної комерції та інших інструментів для поліпшення обслуговування та задоволення їхніх потреб [1].

Таблиця 1.2

5 стовпів цифрового підприємництва

Базові стовпи	Складові цифрового підприємництва
Цифрова база знань та ринок інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ)	Це тип технології, яка використовується для зберігання складних неструктурованих і структурованих даних або інформації, яка використовується комп'ютерними системами. Система, заснована на цифрових знаннях, складається з бази знань, яка характеризує факти, і механізму інтерфейсу, який підтверджує ці факти, а також використовує багато правил і логічних форм для створення інших фактів з існуючої інформації. Інформаційно-комунікаційні технології також є однією з технологій, які відповідають за передачу всіх видів інформації галузей або компаній в електронному вигляді. ІКТ є основним інструментом або технологією, яка використовується для процесу цифрового підприємництва [4–7].
Цифрове бізнес-середовище	Віртуальне місце, в якому одна або кілька комп'ютерних систем використовуються для запису або збереження бізнес-інформації та деталей взаємодії людей. Це можна зробити за допомогою цифрових соціальних середовищ, які також називають сайтами соціальних мереж, які складаються з єдиного центрального сервера для обміну інформацією чи даними з кожним клієнтом [15].
Доступ до фінансів	Доступ до фінансування визначається як здатність фізичної особи чи підприємства отримувати фінансові послуги, а також кредитні, депозитні, платіжні, страхові та інші послуги з управління ризиками. Обсяг фінансування залежить від типу бізнесу, його продуктів і послуг. Управління наявними фінансами є дуже важливим для кожного підприємця для зниження фінансових ризиків. Існує багато формальних і неофіційних фінансових служб, які надають фінансову підтримку [18].
Цифрові навички та Е – Лідерство	Цифрові навички можна визначити як навички людини, пов'язані з використанням цифрових технологій. Необхідно приділяти більше уваги процесу використання цифрових технологій, щоб усунути перешкоди в цифровому бізнес-середовищі. Е – Лідерство, іншими словами, електронне лідерство – це процес впливу на людей, щоб змінити їхнє ставлення, наміри, поведінку, а також ефективність так, щоб вони могли ідеально досягати своїх цілей [40].
Культура підприємництва	Підприємницька культура визначається як середовище, де люди піддаються впливу та мотивуються отримати інноваційне мислення, щоб нести ризики. У випадку бізнесу підприємницька культура – це програма або місце, де співробітників заохочують висловлювати свої інноваційні думки чи продукти. Якщо для цього бере участь час під час роботи, це називається інтрапренерством. Електронне лідерство можна назвати частиною підприємницької культури, оскільки електронне лідерство можна використовувати для створення ефективної підприємницької культури [4–7].

Джерело: сформоване за даними [4–40].

Діджиталізація стає необхідністю для підприємств у сучасному світі, оскільки дозволяє їм ефективно конкурувати, швидше адаптуватися до змін та підвищувати рівень задоволення клієнтів.

1.2. Нормативно-правове регулювання діджиталізації бізнесу

Наразі успішний розвиток підприємств визначається вирішенням завдань достовірної оцінки ефективності діяльності суб'єктів господарювання та підвищення її ефективності [27]. На нашу думку, підприємствам доцільно аналізувати не лише власну діяльність, а й порівнювати її з аналогічними показниками підприємств відповідної галузі чи основних конкурентів. Це дозволить підвищити рівень достовірності результатів оцінювання. Такий підхід дозволить суб'єктам господарювання виявити та адаптувати наявні приклади ефективного функціонування інших компаній для покращення власних показників діяльності (рис. 1.2). Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств є важливим етапом управління бізнесом [24]. Цей процес дозволяє визначити, наскільки успішно підприємство використовує свої ресурси для досягнення стратегічних цілей. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств включає в себе аналіз різних аспектів їх продуктивності [36], фінансового стану та стратегічного розвитку.

Нормативно-правове регулювання діджиталізації охоплює широкий спектр законодавчих актів, які визначають правила, обов'язки та відповідальність у сфері цифрової трансформації. Нормативно-правове регулювання діджиталізації суспільно-економічних процесів визначається законами, постановами та іншими правовими актами, які регламентують використання цифрових технологій в різних сферах господарства та життя суспільства. Питаннями діджитал розвитку в країні займається Міністерство цифрової трансформації (далі – Міністерство), яке створено у 2019 р. як частину зусиль уряду України щодо зміцненню цифрової економіки та впровадженню інновацій у різних сферах суспільства.

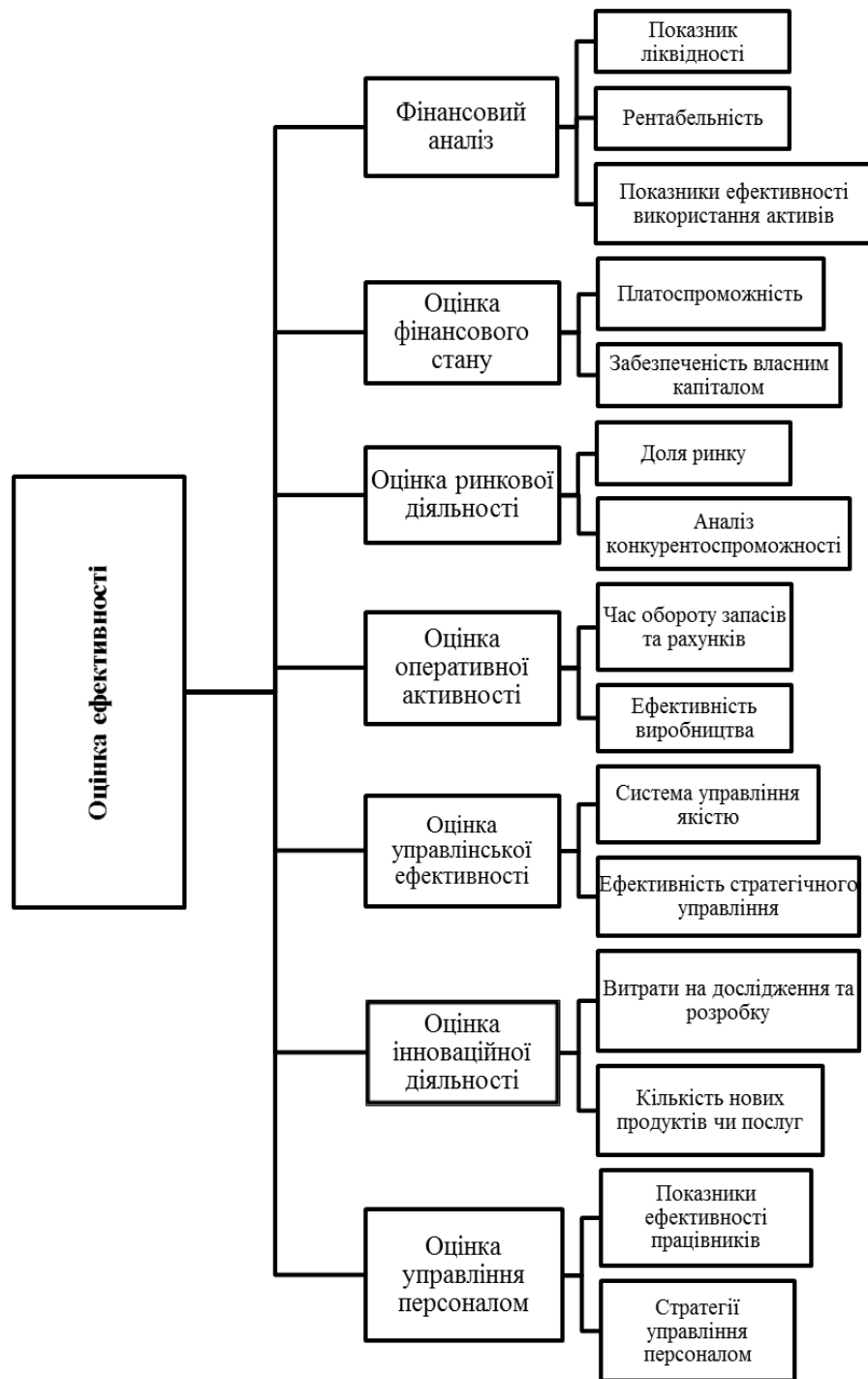


Рис.1.2. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств

Джерело: сформовано за даними [14].

З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій в Україні виникає потреба розробки власної концепції діджиталрозвитку. Міністерство цифрової трансформації відповідає за розвиток та впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, цифровізацію громадянського суспільства, підвищення ефективності урядового управління за допомогою

цифрових інструментів та інші аспекти цифрової трансформації. У 2020–2023 рр. Міністерство активно займалося розробкою та впровадженням різноманітних проєктів і ініціатив у сфері держотворення, включаючи розвиток електронного урядування та забезпечення доступу громадян до електронних послуг.

Таблиця 1.3

Основні напрями нормативного регулювання діджиталізації

Напрями регулювання	Характеристика
Кібербезпека та захист інформації	Цей пункт включає в себе законодавство про кібербезпеку, що регулює заходи забезпечення безпеки інформаційних технологій та запобігання кіберзлочинності. Також включає норми про захист персональних даних, які визначають вимоги до обробки, зберігання та передачі особистих даних.
Електронне урядування та е-демократія	Законодавство про електронне урядування регулює використання цифрових технологій у взаємодії громадян із владою. А Е-демократія визначає правила впровадження інструментів електронної участі громадян у прийнятті рішень.
Електронна комерція та захист прав споживачів	Це в свою чергу включає законодавство про електронну комерцію, що регулює правила електронних торгівель та захист прав сторін у електронних угодах. Та норми про захист прав споживачів в електронній комерції, що встановлюють правила і гарантії для онлайн-покупок.
Інноваційна та технологічна політика	Стимулювання інновацій, де законодавчі акти надають підтримку та стимулюють розвиток технологічних інновацій. А також правила інтелектуальної власності, що забезпечують захист прав власників цифрових інтелектуальних власностей.
Конфіденційність	Норми про етику в інформаційних технологіях, які встановлюють стандарти поведінки та використання інформаційних технологій. Та закони про конфіденційність даних, які мають на меті гарантувати захист конфіденційної інформації та забороняють її незаконного використання.
Регулювання фінтех та криптовалют	Законодавство про фінтех, що регулює використання технологій у фінансовому секторі. Норми про криптовалюту встановлюють правила використання та обігу криптовалют.
Освіта та кадрові аспекти	Норми щодо освіти в галузі ІТ визначають стандарти освіти та кваліфікацій для спеціалістів в галузі інформаційних технологій.

Джерело: сформовано за даними [16].

В Україні вже прийнято і діє необхідне базове законодавство для діджиталізації корпоративного права, яке у тому числі включає Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 19.04.2014 [8], Закон України «Про доступ до публічної

інформації» від 01.05.2015, Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 30.09.2015 [6]; Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 02.11.2016 [7]; Закон України «Про захист персональних даних» від 01.01.2017 [10]; Закон України «Про інформацію» від 01.01.2017 [9]; Закон України «Про адміністративні послуги» від 11.06.2017 [3]; Закон України «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017 [5]; Закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» від 01.12.2022 [11]. Варто наголосити, що одних законів недостатньо для впровадження процесів діджиталізації в Україні, тому розроблено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки, а вже з 3 березня 2021 року Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 167-р від було схвалено Концепцію розвитку цифрових компетентностей до 2025 року [13]. Основними завданнями концепції є такі:

- 1) формування та розвиток цифрових навичок та цифрових компетентностей в суспільстві, а також розвитку електронної демократії і людського капіталу;
- 2) забезпечення правового регулювання з питань формування державної політики у сфері розвитку цифрових навичок та цифрових компетентностей громадян;
- 3) розроблення комплексних змін до законодавства, що забезпечать визначення цифрової освіти, цифрових навичок та цифрових компетентностей у сферах суспільного життя;
- 4) визначення системи та опису складових цифрової компетентності (рамки цифрової компетентності), а також вимог до рівня володіння цифровими навичками та цифровими компетентностями різних категорій працівників, зокрема в професійних стандартах;
- 5) забезпечення координації дій на рівні органів виконавчої влади з питань розвитку цифрових навичок та цифрових компетентностей;
- 6) створення індикаторів для моніторингу стану розвитку цифрових навичок та цифрових компетентностей;
- 7) підвищення рівня обізнаності громадян щодо небезпек в Інтернеті [13].

Це лише загальний огляд можливих напрямків нормативно-правового регулювання діджиталізації, що має тенденцію до доповнення відповідно до вимог часу.

Висновки до розділу 1

1. Наразі неможливо уявити розвиток підприємства за відсутності його діджиталізації – використання сучасних технологій для оптимізації бізнес-процесів та створення нових можливостей для розвитку. Діджиталізація (або цифровізація) підприємництва – це процес впровадження цифрових технологій та інновацій в різні аспекти його діяльності з метою підвищення якості продуктів чи послуг, ефективності функціонування суб'єкта бізнесу, зростання його конкурентоспроможності.

2. Нормативно-правового регулювання діджиталізації охоплює питання розробки та удосконалення законодавства з питань розвитку інформаційних технологій. Практика доводить, що діджиталізація є всеохоплюючим процесом, а оцінка його ефективності – важливим етапом управління бізнесом. Цей процес дозволяє визначити, наскільки успішно підприємство використовує свої ресурси для досягнення стратегічних цілей.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ПРОЦЕСІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

2.1. Характеристика підприємництва Житомирської області

Займаючи 4,9% площі України та 3,0% її населення, Житомирська область виробляє продукцію (товари, послуги) на суму, що становить лише 0,9% від усієї продукції, виробленої в країні [4]. За даними статистики (табл. 1), на кінець 2022 р. на території Житомирської області 11,3% суб'єктів господарювання були підприємства, а 88,7 % – це фізичні особи-підприємці, які мали реєстрацію для здійснення підприємницької діяльності. При цьому кількість суб'єктів господарювання Житомирської області складає тільки 2,97 % від усіх суб'єктів господарювання в Україні, а за цим показником область посідає 13 місце серед регіонів країни [2–4].

Таблиця 2.1

Кількість юридичних осіб Житомирської області за організаційно-правовими формами

Організаційно-правова форма суб'єкта підприємництва	Рік						2022 р. до 2017 р., %
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Усього	28449	29456	30371	31428	32046	32670	114,8
у тому числі фермерське господарство	1038	1064	1086	1167	1207	1245	119,9
приватне підприємство	5003	4997	5004	5041	4976	5001	100,0
державне підприємство	85	83	79	78	75	75	88,2
комунальне підприємство	485	477	513	543	557	552	113,8
дочірнє підприємство	473	469	467	468	463	458	96,8
акціонерні товариства	467	450	440	431	423	418	89,5
товариство з обмеженою відповідальністю	8378	9290	10026	10832	11312	11895	142,0
кооперативи	496	514	528	537	537	550	110,9
комунальна організація (установа, заклад)	3163	3151	3108	3029	3025	2973	94,0
громадська організація	2139	2259	2417	2555	2589	2659	124,3
релігійна організація	926	993	1042	1052	1077	1091	117,8
профспілка, об'єднання профспілок	1001	1005	1023	1025	1011	994	99,3
об'єднання співвласників багатоквартирного будинку	526	577	611	703	770	852	162,0

Джерело: Головне управління статистики у Житомирській області.

За даними Головного управління статистики у Житомирській області у 2017–2022 рр. у регіоні спостерігається позитивна динаміка розвитку підприємства: у 2022 р. налічувалося 32670 юридичних осіб, що на 2% більше ніж показник попереднього року, а у 2023 р. кількість суб'єктів господарювання усіх форм власності становила 50,8 тисяч, що на 11,3% більше, ніж у 2017 р. Зростання кількості суб'єктів господарювання відбулося через зростання майже усіх форм власності, зокрема юридичних осіб (на 12,1%) та фізичних осіб-підприємців (на 10,8%).

У 2021 р. в Житомирській області діяло 5 великих підприємств, 380 середніх підприємств. Великі підприємства, які становлять лише 0,1% від загальної кількості підприємств, забезпечують робочими місцями 6,6% зайнятого населення та виробляють 22,1% загального регіонального обсягу продукції. У регіоні переважали мікропідприємства, які становили 97,4% від усіх зареєстрованих підприємств. Натомість на середніх та малих підприємствах працювало понад 50% зайнятих. Малі та середні підприємства виробляли 87% загального обсягу продукції в регіоні, що на 28 в. п. перевищує загальнодержавний показник. Найбільша частка працездатного населення задіяна на середніх за розміром підприємствах, які мають найбільшу частку обсягів реалізованої продукції. 23,1 % реалізованої продукції (робіт, послуг) припадає на малі підприємства, які за кількістю найбільш численні і складають 93,5% усіх зареєстрованих підприємств. Надходження до бюджетів усіх рівнів від діяльності малого та середнього підприємництва становила 93% у загальному обсязі податкових надходжень усіх рівнів становить майже [17].

За даними Головного управління статистики у Житомирській області у структурі суб'єктів господарювання у Житомирській області переважають юридичні особи, частка яких у 2023 р. становила 43,5%. Фізичні особи-підприємці становлять 56,5% усіх суб'єктів господарювання. За видами економічної діяльності (рис. 2.1) у Житомирській області найбільше суб'єктів господарювання зареєстровано у сфері торгівлі та послуг (38,5%), на другому

місці знаходиться промисловість (27,2%), на третьому – будівництво (13,2%). У 2023 р. у Житомирській області створено 8,9 тисяч нових робочих місць, що на 11,4% більше, ніж у 2022 р. Середня заробітна плата працівників підприємств, установ та організацій усіх форм власності у Житомирській області у 2023 р. становила 14,1 тисяч гривень, що на 12,8% більше, ніж у 2022 р. Ці тенденції свідчать про активізацію підприємницької діяльності у регіоні та сприяють економічному зростанню [2]. Найбільша частка в обсягах реалізованої продукції серед малих підприємств спостерігаємо в оптовій та роздрібній торгівлі – 41,2 %, на другому місці сільське, лісове та рибне господарство – 23,2 %.



Рис. 2.1. Кількість юридичних осіб за видами економічної діяльності

Джерело: Головне управління статистики у Житомирській області.

Законодавство України не обмежує підприємництво певними видами діяльності та організаційно-правовими формами. Особливу роль серед підприємців в силу його соціальної значущості відіграє малий бізнес.

Розвиток малого та середнього підприємництва є важливим чинником економічного та соціального розвитку регіону. Воно сприяє сталому економічному зростанню; зменшенню територіальних диспропорцій; послабленню монополізації; створенню нових робочих місць; забезпеченню самозайнятості населення; зниженню рівня безробіття; підвищенню рівня доходів населення. Мале та середнє підприємництво сприяє структуроутворенню ринку, є джерелом інновацій та доходів місцевого бюджету. Станом на кінець 2022 р. в Україні серед суб'єктів бізнесу 99,87 % були малими та середніми підприємницькими структурами (табл. 2.2), 82,7%, – мікропідприємствами з кількістю працівників до 10 осіб і річним доходом до 2 млн. євро.

Таблиця 2.2

Показники діяльності підприємницьких структур Житомирської області

Показник	Рік					2022 р. до 2018 р., (+/-)
	2018	2019	2020	2021	2022	
Частка малих підприємств до їх загальної кількості, %	92,7	93,4	93,7	94,3	93,5	0,8
Частка фізичних осіб-підприємців до загальної кількості суб'єктів господарювання, %	84,1	82,2	88,7	88,7	91,0	6,9
Частка зайнятих на малих підприємствах до загальної їх кількості, %	34,3	35	32,9	33	31,4	-2,9
Частка фізичних осіб-підприємців до загальної кількості зайнятих, %	32,7	31,4	41,1	39,8	44,0	11,3
Частка реалізованої продукції малих підприємств до загального обсягу, %	25,8	24,9	25,1	28,2	23,1	-2,7
Частка реалізованої продукції фізичними особами-підприємцями до загального обсягу, %	17,9	16,6	18,8	19,3	19,8	1,85

Джерело: Головне управління статистики у Житомирській області.

Малі підприємства також забезпечують зайнятість працездатного населення, сприяють соціальній стабільності та зниження рівня бідності. Важливим фактором розвитку малого підприємництва є підвищення стійкості та конкурентоспроможності підприємств на ринку. Малі та середні підприємства мають поглиблену спеціалізацію і швидше реагують на зміни попиту і пропозиції. Вони задовольняють переважно попит регіональних ринків і змушені йти ризикованішим шляхом, працюючи у неперспективних

галузях. З іншого боку, за умов вузької спеціалізації й використання новітньої техніки вони виступають як дієвий конкурент, що підриває монополні позиції великих корпорацій. Створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва в регіонах залежить від комплексу відповідних дій і заходів місцевих органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування. Регіональна політика розвитку малого бізнесу повинна включати в себе як чітко опрацьовану в законодавчому аспекті практичну діяльність центральних органів виконавчої влади і місцевих державних адміністрацій, так і соціально-економічні заходи, здійснювані на основі загальнодержавної політики, закріпленої у законодавстві [42].

Місцева влада прагне підвищити ефективність господарської діяльності підприємницьких структур Житомирської області, стимулюючи розвиток особливо успішних з них (Додаток А). На підтримку підприємництва Житомирська міська рада розробила Програму розвитку малого та середнього підприємництва Житомирської міської територіальної громади (далі – Програма). Програма охоплює 2022–2026 роки. Відповідальним виконавцем програми є департамент економічного розвитку міської ради. Участь у реалізації Програми беруть виконавчі органи міської ради, Головне управління ДПС у Житомирській області, Житомирський міський центр зайнятості, громадські об'єднання підприємців, суб'єкти малого та середнього бізнесу [17]. Основними завданнями Програми є:

- стимулювання інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств, а саме підтримка стартап-компаній та підприємців-початківців (промоція, премія міського голови), підготовка та супровід впровадження проєктів за механізмом державного-приватного партнерства (опитування, аналіз кон'юнктури ринку, дизайн та виготовлення маркетингових матеріалів, консультаційні послуги тощо);

- сприяння посиленню ринкових позицій місцевого бізнесу на регіональному та міжнародному рівнях, включаючи фінансову підтримку участі підприємців у торгових місіях, ярмарка; формування та виготовлення

інвестиційного паспорта громади, довідника місцевих виробників надавачів послуг, інформаційних матеріалів з питань підприємницької діяльності; заходи з популяризації місцевого виробника, соціально відповідального бізнесу, відзначення місцевого підприємця;

- сприяння розвитку інституційної спроможності; інформаційна, ресурсна, фінансово-кредитна підтримка суб`єктів господарської діяльності; організація проведення тренінгів, семінарів, круглих столів, навчальних курсів, бізнес-форумів, форумів роботодавців; підтримка інформаційної платформи; висвітлення інформації про бізнес через інформаційні платформи, медіа-ресурси, мережу Інтернет, зокрема щодо актуальних питань підприємництва; сприяння розвитку кадрового потенціалу у відповідності до потреб ринку праці (екскурсії для учнів закладів професійної освіти на підприємства міста, виготовлення промоційних відеороликів з популяризації робітничих професій тощо); надання фінансової підтримки суб`єктам господарської діяльності.

Одним із важливих напрямів роботи є удосконалення нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності. У цьому напрямку обласна рада внесла низку ініціатив до центральних органів виконавчої влади щодо створення умов, спрямованих на поліпшення підприємницького середовища. Зокрема, було здійснено передачу частини повноважень від органів Мін'юсту на місця, зокрема, право доступу до Державного реєстру речових прав на нерухоме майно та Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців тощо. Також презентовані проекти впровадження електронного врядування, переведення в електронний формат адміністративних послуг, які надаються громадянам та бізнесу на території України [3–7].

Ще одним важливим напрямом роботи є створення прозорої та ефективною системи державних закупівель для підприємств. З цією метою в області впроваджено пілотний проєкт щодо системи електронних державних закупівель «ProZorro». За результатами моніторингу, за станом на 01.11.2021 р. установами області на електронних торговельних майданчиках розміщено

26901 оголошень про закупівлю товарів, робіт та послуг («допорогові» закупівлі) на загальну суму 1183 млн. грн., із яких успішно завершено – 1253 на загальну суму 406 млн. грн. Сума зекономлених коштів від впровадження системи електронних закупівель склала 71 млн. грн. Крім того, місцева влада працює над розвитком сучасної виробничої та ринкової інфраструктури. З 2014 р. в області функціонує індустріальний парк «Коростень» площею 42,2 га, Центр підтримки підприємництва, у м. Житомирі індустріального парку «Житомир-Схід» площею 24,7 га, які сприяють створенню умов для розвитку малого та середнього підприємництва в Житомирській області.

Одним із важливих напрямів роботи є удосконалення нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності. У цьому напрямку обласна рада внесла низку ініціатив до центральних органів виконавчої влади щодо створення умов, спрямованих на поліпшення підприємницького середовища. Зокрема, було здійснено передачу частини повноважень від органів Мін'юсту на місця, зокрема, право доступу до Державного реєстру речових прав на нерухоме майно та Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців тощо. Також презентовані проекти впровадження електронного врядування, переведення в електронний формат адміністративних послуг, які надаються громадянам та бізнесу на території України [3–7]. До інших напрямів підтримки малого та середнього підприємництва в Житомирській області відносимо такі: удосконалення нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності (спрощення процедур реєстрації та отримання дозволів, зменшення кількості перевірок, уніфікацію законодавства), фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка (надання субсидій, грантів, кредитів, інших фінансових пільг, залучення інвестицій); ресурсна та інформаційна підтримка (надання консультацій, навчання, допомоги в пошуку ринків збуту, сировини та обладнання); формування інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва (створення центрів підтримки підприємців, бізнес-інкубаторів, технопарків). Регулювання і підтримка малого бізнесу як в Україні, так і в житомирській

області орієнтована на створення єдиного внутрішнього ринку (підприємці з різних регіонів повинні мати рівні можливості для розвитку свого бізнесу), усунення адміністративних бар'єрів (підприємці повинні мати можливість легально вести бізнес без зайвих бюрократичних процедур), уніфікація законодавчої бази, посилення взаємодії з країнами ЄС.

Наразі мале та середнє підприємництво є важливим сприяє прискоренню структурної перебудови економіки області, створюючи робочі місця, у тому числі внаслідок самозайнятості, розвивають нові галузі економіки, підвищують конкурентоспроможність регіону, насичують його товарами та послугами, задовольняючи потреби населення, створюють конкурентне середовище, що призводить до зниження цін і підвищення якості товарів і послуг. Малі підприємства переважно використовують місцеві сировинні ресурси, сприяючи розвитку регіональної економіки, наповнюючи місцеві бюджети, сприяючи підвищенню добробуту населення.

2.2. Рівень діджиталізації підприємницьких структур

Діджиталізація – це процес впровадження цифрових технологій у всі сфери діяльності людини, зокрема у підприємництво. Цей процес має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, діджиталізація сприяє підвищенню ефективності та продуктивності праці, а також розширенню доступу до інформації та ринків. З іншого боку, вона може призвести до втрати робочих місць, зростання нерівності та маніпуляції громадською думкою. За даними Всесвітнього банку, у 2023 р. рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва у світі становив 43%. Це означає, що 43% суб'єктів підприємництва у світі використовують цифрові технології для ведення бізнесу. Найбільшим розвитком діджиталізації характеризуються країни з високим рівнем доходу. Так, у США рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва становить 65%, у Європейському Союзі – 52% [28–37]. У країнах з низьким і середнім рівнем доходу рівень діджиталізації суб'єктів

підприємництва нижчий. Так, у Китаї він становить 35%, у Індії – 22%, у країнах Африки – 15% [23]. За даними Державної служби статистики України, у 2023 р. рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва в Україні становив 34%. Це означає, що 34% суб'єктів підприємництва в Україні використовують цифрові технології для ведення бізнесу [2–10].

Оцінка рівня діджиталізації суб'єктів підприємництва в світі, Україні та Житомирській області традиційно здійснюється за допомогою Рейтингу глобальної цифрової конкурентоспроможності [41], який враховує такі аспекти, як знання, технологія, готовність до майбутнього, адаптивність та відкритість. За цим рейтингом, Україна посідає 57-е місце серед 63 країн світу за рівнем діджиталізації економіки і суспільства [42]. Це свідчить про низький рівень діджиталізації підприємств, обумовлений такими факторами, як недостатнє фінансування, слабка інфраструктура, низький рівень інноваційної культури, відсутність кваліфікованих кадрів, нерозвиненість цифрових платформ та сервісів, недосконалість законодавства та регулювання [43]. Щодо Житомирської області, то вона також має проблеми з діджиталізацією підприємств. За даними статистичного збірника «Діяльність суб'єктів господарювання Житомирської області» [2]. У 2020 р. в області діяло 23,9 тис. суб'єктів господарювання, з яких лише 4,8% мали доступ до Інтернету, 3,6% використовували електронну пошту, 2,7% мали веб-сайт або веб-сторінку, 1,9% здійснювали електронну торгівлю. Відповідно до розробленої Стратегії розвитку Житомирської області, затвердженої рішенням Обласної ради 18.12.2019 ці показники є одними з найнижчих серед регіонів України. Основними перешкодами для діджиталізації підприємств в Житомирській області є високі витрати на впровадження цифрових технологій, недостатня якість та швидкість Інтернету, низький попит на електронні послуги, недостатня підготовка персоналу, низький рівень довіри до електронних платіжних систем, нерозвиненість електронного документообігу та інші. На рівні суб'єктів державної та комунальної форми власності має місце діджиталізація

операційних процесів, адмінпослуг та документообігу. Принципи діджиталізації підприємств наведено на рис. 2.1.

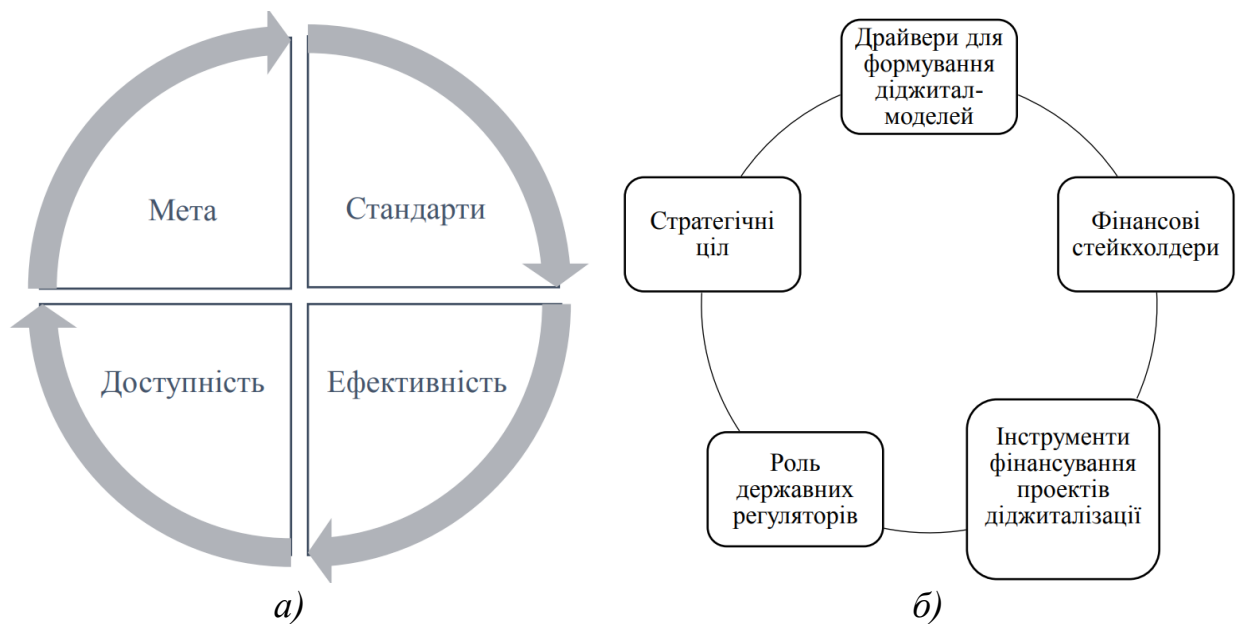


Рис. 2.1. Принципи (а) та етапи (б) діджиталізації підприємств Житомирської області

Джерело: систематизовано автором.

Головними напрямками запровадження діджиталізації у бізнесі Житомирської області є ІТ-маркетинг як складова комунікаційної політики підприємств (блогінг, вірусний маркетинг, провакаційний маркетинг, флешмоби тощо [25]), а також механізми забезпечення цифрової економіки (власне, використання мережі Інтернет, розвиток криптовалют, цифрові технології грошового обігу тощо [31]). У цілому рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва в світі, Україні та Житомирській області є недостатнім та потребує підвищення. Для цього необхідно забезпечити належне фінансування, підтримку, освіту, інфраструктуру, законодавство та інші умови для впровадження цифрових технологій в господарську діяльність підприємств. Це дозволить підвищити їх конкурентоспроможність, продуктивність, адаптивність, інноваційність та відкритість. Найбільшим розвитком діджиталізації характеризуються суб'єкти підприємництва у сфері ІТ-технологій, торгівлі та послуг (табл. 2.3). У цих сферах рівень

діджиталізації становить понад 50%. У сфері промисловості та сільського господарства рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва нижчий. Так, у промисловості він становить 28%, у сільському господарстві – 22% [7–13].

Таблиця 2.3

Показники діяльності підприємницьких структур України

Показник	Рік					2022 р. до 2018 р., (+/-)
	2018	2019	2020	2021	2022	
Кількість підприємств, які мають доступ до мережі Інтернет, тисяч	43,3	43,8	43,9	44,5	44,3	1,0
у % до загальної кількості підприємств	88,0	86,4	87,0	86,6	84,8	-3,2
у тому числі за кількістю зайнятих працівників, тисяч						
від 10 до 49 осіб	32,9	33,2	33,3	33,7	33,5	0,6
від 50 до 249 осіб	8,2	8,4	8,4	8,6	8,6	0,4
250 осіб і більше	2,1	2,2	8,8	22,0	2,3	0,2
Кількість зайнятих працівників, які мають доступ до мережі Інтернет, млн осіб	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	0,1
у % до загальної кількості зайнятих працівників підприємств	27,1	28,4	27,8	28,0	29,7	2,6
Частка кількості підприємств, що мають найманих фахівців у сфері ІКТ, у загальній кількості підприємств, %	22,3	21,6	21,9	21,7	20,9	-1,4
Частка кількості підприємств, що купують послуги хмарних обчислень (електронна пошта, офісне програмне забезпечення, хостинг даних, зберігання файлів, прикладне програмне забезпечення, обчислювальні потужності), у загальній кількості підприємств, %	9,8	10,3	10,1	10,2	10,8	1,0
Частка кількості підприємств, що використовують робототехніку, у загальній кількості підприємств, %	1,2	2,1	2,1	2,9	3,0	1,8
Частка кількості підприємств, що мають чат-сервіс для спілкування з клієнтами, у загальній кількості підприємств, %	2,8	8,6	6,8	9,1	14,4	11,6
Частка кількості підприємств, що мають вебсайт, у загальній кількості підприємств, %	43,3	43,8	43,9	44,5	44,3	1,0

Джерело: Головне управління статистики у Житомирській області.

За даними Головного управління статистики у Житомирській області, у 2023 р. рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва у Житомирській області становив 32%. Це означає, що 32% суб'єктів підприємництва у Жито-

мирській області використовують цифрові технології для ведення бізнесу. Найбільшим розвитком діджиталізації характеризуються суб'єкти підприємництва у сфері ІТ-технологій, торгівлі та послуг. У цих сферах рівень діджиталізації становить понад 50%. У сфері промисловості та сільського господарства рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва нижчий. Так, у промисловості він становить 26%, у сільському господарстві – 20%.

У цілому наявні відмінності у діджиталізації великого та малого бізнесу: великі підприємства, як правило, маючи більше ресурсів для інвестування в цифрові технології, використовують більш складні цифрові рішення, такі як штучний інтелект, машинне навчання та аналітика великих даних, а також мають більші можливості для масштабування своїх цифрових операцій. Малі підприємства, обмежені у ресурсах для інвестування у цифрові технології, водночас є більш гнучкими у питаннях прийняттях щодо їх впровадження, що дозволяє їм більше експериментувати. Так, великі підприємства, як правило, більш амбітні щодо цілей цифровізації та прагнуть до повної цифровізації своїх операцій, включаючи маркетинг, продажі, обслуговування клієнтів та виробництво. Малі підприємства, з іншого боку, можуть зосереджуватися на конкретних цілях, таких як створення веб-сайту або запуск цифрової маркетингової кампанії, часто виступаючи партнерами великого бізнесу або працюючи на аутсорсингу. Великі компанії зазвичай мають більше ресурсів, досвіду та можливостей для впровадження цифрових технологій великі компанії стикаються з більшою складністю, інерцією та опором змінам. Малі та середні підприємства зазвичай виявляють більшу гнучкість, інноваційність та адаптивність до діджиталізації, стикаючись з такими обмеженнями як ризики, недостатнє фінансування, низький рівень кваліфікації, слабка інфраструктура, недосконале регулювання тощо. Незважаючи на ці відмінності, як великі, так і малі підприємства можуть отримати значні переваги від цифровізації. Цифрові технології можуть допомогти підприємствам підвищити ефективність, продуктивність та конкурентоспроможність.

Таким чином, діджиталізація великого та малого бізнесу вимагає різних стратегій, підходів та інструментів, які враховують їх специфіку, потреби та можливості. Для великого бізнесу діджиталізація означає реінжиніринг бізнес-процесів, розвиток цифрових платформ, підвищення цифрової зрілості та культури, залучення цифрових лідерів та партнерів, використання великих даних та штучного інтелекту тощо. Для малого бізнесу діджиталізація означає використання цифрових каналів комунікації та маркетингу, впровадження хмарних та мобільних рішень, підвищення цифрової безпеки та захисту даних, отримання доступу до цифрових ресурсів та послуг, підвищення цифрової грамотності та навичок та інше.

2.3. Оцінка процесів діджиталізації малого бізнесу (на прикладі ФОП Томчук А. М.)

Томчук Андрій Михайлович – український підприємець родом із Житомирщини, провідний продавець техніки з торговимимарками «А.ТОМ» та «Pack Trade». «А.ТОМ» є провідним українським брендом навісного та причіпного обладнання для широкого спектра агробудівельної, дорожньо-будівельної, комунальної, гірничодобувної спецтехніки в Україні (рис. 2.2). Активний розвиток галузей, постійна необхідність у якісному, універсальному, а головне — адаптованому до конкретних умов інструменту спонукали до ідеї створення вітчизняного виробництва (табл. 2.4). Першим навісним обладнанням, виготовленим під торговою маркою «А.ТОМ», був ківш, а на сьогодні асортимент розширений в десятки разів та представлений відвалами, корчувачами, різноманітними захватами, щітками, пилками, фрезами, монтажними платформами, бетонозмішувачами, вилами та ін. «А.ТОМ» піклується не лише про професійне оснащення спецтехніки, а й бере активну участь у впровадженні та розвитку органічного землеробства в Україні, а також утилізації органічних відходів. Динаміка укладених договорів за результатами торгів ФОП Томчук А. М. наведена на рис. 2.2.

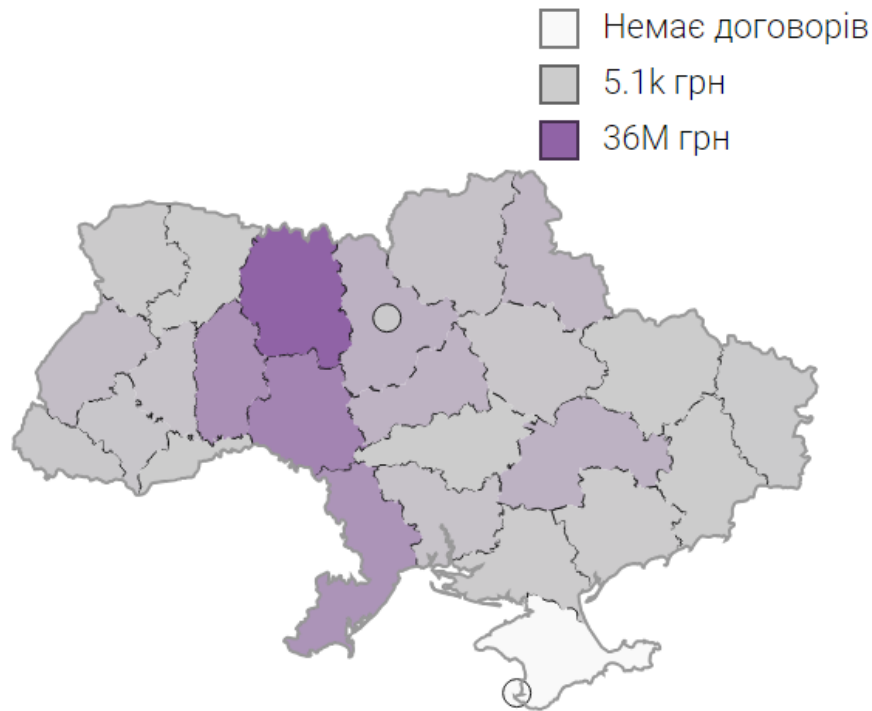


Рис. 2.2. Відомості про договори про постачання техніки та обладнання ФОП Томчук А. М.

Джерело: сформовано за даними сайту Prozorro.

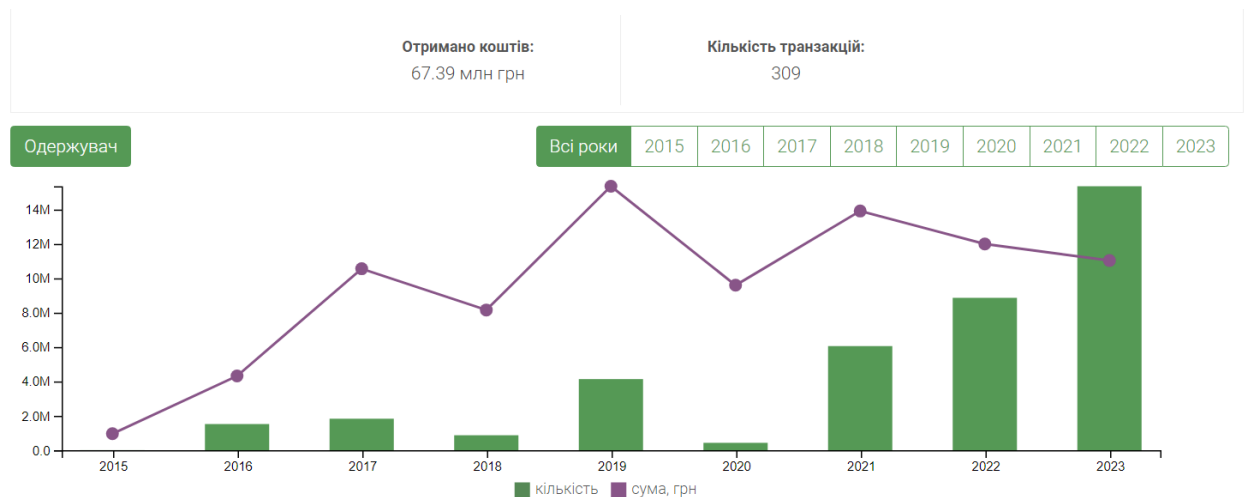


Рис. 2.3. Динаміка транзакцій ФОП Томчук А. М. по роках

Джерело: сформовано за даними ФОП Томчук А. М. та сайту Prozorro.

Для цього створюється цілий комплекс обладнання для компостування, перероблення та внесення продуктів життєдіяльності ферм, а також біогазових установок. Клієнти мають змогу впровадити ці технології на своїх господарствах шляхом придбання комплексу обладнання або ж замовивши пос-

луги викачування лагун, внесення органічних добрив, компостування [23].
Витрати ФОП Томчук А. М. на Інтернет-маркетинг наведено у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Витрати ФОП Томчук А. М. на онлайн-маркетинг, тис. грн

Вид	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. до 2020 р., (+/-)
Контекстна реклама в Google	75	150	300	225
SEO	30	43.	45	15
Реклама на маркетплейсах	10	12	15	5
SMM	8	10	12	4
Медіареклама	15	15	15	0
Публікації в онлайн-ресурсах	7	7	9	2

Джерело: власні дослідження.

Згідно табл. 2.6 можна побачити, що з кожним роком все більше коштів вкладається в розвиток онлайн-маркетингу підприємства, особливо це стосується контекстної реклами, яка приносить суттєві прибутки для компанії. Загалом, проглядається тенденція до збільшення інвестування цього напрямку діджиталізації підприємства, хоча медіареклама залишається незмінною. Аналіз SWOT для ФОП Томчук А. М. наведено у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

SWOT-аналіз процесів діджиталізації ФОП Томчук А.М.

Strength	Weaknesses
Брендинг, позитивний імідж в Україні, інформативні сайти, автономність підприємства (електроенергія – генератори, інтернет – Starlink)	Недостатня автоматизація виробництва, повільний перехід на електронний документообіг
Opportunities	Threats
Вихід на міжнародні ринки через іноземні майданчики, поява нових методів інтернет-маркетингу	Висока конкуренція, високі ціни на інтернет послуги (контекстна реклама, SEO, SMM та інше)

Джерело: власні дослідження.

«Pack-Trade» (ФОП Томчук А. М.) — українська торгова марка, зареєстрована у 2004 р., чия історія почалась з невеликого підприємства з продажу пакувальних матеріалів. На сьогодні, розширили свою діяльність на понад 15 напрямів і пропонують товари та послуги для сільськогосподарського сектору, дорожнього будівництва, розв'язують складські та логістичні

задачі, постачають якісну спецтехніку для будь-яких напрямів виробництва, а також займаються переробленням та внесенням органічних відходів [34]. Наразі бренди мають офіційні сторінки в соцмережах Facebook, Instagram, а також власний YouTube канал, де потенційні клієнти можуть побачити продукцію в різних ракурсах, а якщо це навісне обладнання, то побачити його в дії. Зрозуміло, що процеси діджиталізації не оминули стороною підприємство (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Позитивні сторони діджиталізації

Показник	Характеристика
Підвищення ефективності бізнес-процесів	Автоматизація рутинних операцій та використання цифрових інструментів полегшують роботу, зменшують час на виконання завдань та знижують ймовірність помилок.
Покращення доступності інформації	Цифрові системи забезпечують швидкий та простий доступ до даних, що полегшує прийняття рішень на основі актуальної інформації.
Збільшення конкурентоспроможності	Підприємства, які активно використовують цифрові технології, мають здатність швидше реагувати на зміни на ринку та більш ефективно конкурувати.
Залучення нових клієнтів	Онлайн-присутність, цифровий маркетинг та електронна комерція дозволяють привертати нових клієнтів та розширювати аудиторію.
Покращення взаємодії з клієнтами	Сучасні технології сприяють покращенню обслуговування клієнтів, включаючи чат-боти, онлайн-консультації та інші засоби комунікації.
Збільшення гнучкості бізнесу	Цифрові технології дозволяють підприємствам легко адаптуватися до змін в економічному середовищі та швидко впроваджувати нові стратегії.
Збільшення рівня безпеки і захисту даних	Сучасні системи кібербезпеки можуть допомагати у захисті конфіденційної інформації та запобіганні кібератак.

Джерело: сформовано за даними [41].

Важливим елементом для компаній є брендинг. Брендинг (або бренд-менеджмент) – це стратегічний процес створення, розвитку та управління брендом. Бренд – це не лише логотип чи назва компанії, але й комплекс вражень, асоціацій, цінностей та обіцянок, пов'язаних із продуктом чи послугою. Бренд «А.ТОМ» є надзвичайно важливим в успіху компанії, тому в цей процес вкладається багато ресурсів і зусиль, щоб здобути впізнаванність на українській арені, а згодом і на міжнародній. У

виробництві компанія намагається пришвидшити і покращити темпи роботи. Тому застосування новітніх технологій залишається важливим елементом. Так, при виробництві застосовується плазмова порізка за допомоги робота. Плазмова порізка (або плазмове різання) – це технологічний процес, який використовує плазму для вирізання матеріалів, таких як метал. Цей метод часто використовується в промисловості для вирізання листових матеріалів з різною товщиною. Основний принцип плазмової порізки полягає в тому, що плазма, яка утворюється в результаті нагрівання та іонізації газу (зазвичай, азот або аргон), використовується для розплавлення та видалення матеріалу з різаних крайок. Процес може бути автоматизований і використовуватися для вирізання складних форм та деталей [23]. Підприємці мають можливість пропонувати нові продукти та послуги споживачам через платформи соціальних медіа та використовувати штучний інтелект для вимірювання їх впливу та охоплення. Але процеси діджиталізації мають як позитивні, так і негативні сторони (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Негативні сторони діджиталізації

Показник	Характеристика
Високі витрати на впровадження	Розробка та впровадження цифрових систем може бути вкрай витратною, особливо для менших підприємств.
Потреба у кваліфікованих кадрах	Використання нових технологій може вимагати наявності кваліфікованих фахівців, і недостатній рівень кваліфікації може стати перешкодою.
Ризик кібератак	З інтенсивним використанням цифрових платформ збільшується ризик кібератак та витоку конфіденційної інформації.
Відчуття невпевненості серед споживачів	Деякі клієнти можуть відчувати страх або невпевненість використовуючи нові технології, особливо в сфері фінансів чи медицини.
Нерівномірний доступ до технологій	Нерівномірний доступ до цифрових технологій може виникнути через економічні та географічні обмеження, що призводить до розриву між регіонами.
Потреба в постійному оновленні та модернізації	Швидкий розвиток технологій може ставити завдання постійної модернізації систем, щоб уникнути застарілості та втрати конкурентоспроможності.
Проблеми з приватністю	Збільшений збір та обробка персональних даних може викликати проблеми з приватністю та порушення прав споживачів.

Джерело: сформовано за даними [41].

Одним із основних аспектів діджиталізації є присутність в мережі Інтернет, тобто створення власного сайту та впровадження e-commerce (електронної торгівлі). Сайти компаній «А.ТОМ» та «Pack Trade» постійно доповнюються новою інформацією та оновлюються. Важливим елементом є візуалізація продукції. Гарна картинка здатна переконати покупця вибрати саме цей товар. Нещодавно на сайті запрацювала функція замовлення товару, але поки ця функція доступна тільки на певний перелік продукції. Особливо це стосується парафіну, який користується шаленим попитом. Парафін дуже часто застосовується в хімічній та деревообробній промисловості, але враховуючи українські реалії, то парафін знайшов своє призначення у виготовленні свічок, особливо у виготовленні окопних свічок для солдатів. Це допомагає трохи зігрітися та мати освітлення в екстремальних умовах [34]. Цього року відбулося нововведення, що стосується використання чат-ботів в Telegram. Цей аспект стосується логістики. Так як більшість відправок відбувається компанією Нова Пошта, то було прийняте рішення, яке полегшило роботу логісту. Тобто відповідний менеджер отримує сповіщення в чат-боті з приводу його відправки і таким чином він може відслідкувати свою посилку. Так само логіст менше витрачає свою часу на розсилку відповідної інформації менеджерам. Це нововведення є надзвичайно корисним.

Оцінка процесів діджиталізації малого бізнесу включає в себе аналіз та оцінку того, наскільки успішно бізнес інтегрує цифрові технології та процеси в свою діяльність. Оцінка може бути важливим інструментом для визначення ефективності та визначення можливих шляхів вдосконалення. ФОП Томчук Андрій Михайлович не є виключенням. Кожен підприємець прагне максимізувати ефективність свого підприємства, тому впровадження нових технологій допоможуть покращити результати. У світі, де відбуваються безперервні та радикальні інновації, підприємці розробляють бізнес-ідеї, які використовують потужності новітніх технологій.

Отже, процеси діджиталізації мають як позитивні, так і негативні наслідки для підприємства. Тому кожному підприємцю слід враховувати ці фактори та вміло ними керувати для покращення свого бізнесу.

Висновки до розділу 2

1. Рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва у світі, Україні та Житомирській області поступово зростає. Однак, цей процес відбувається нерівномірно. У країнах з високим рівнем доходу рівень діджиталізації значно вищий, ніж у країнах з низьким і середнім рівнем доходу. В Україні рівень діджиталізації суб'єктів підприємництва хоча поступово зростає, проте він все ще нижчий, ніж у країнах з розвинутою економікою. Для підвищення рівня діджиталізації суб'єктів підприємництва в Україні необхідно впроваджувати державні програми підтримки, а також створювати умови для розвитку цифрової інфраструктури.

2. Другий підрозділ стосувався оцінки процесів діджиталізації на базі малого підприємства ФОП Томчук А.М.. Загалом було виокремлено основні аспекти процесів діджиталізації на підприємстві, а також було досліджено як ці процеси впливають на покращення роботи. Підсумовуючи, слід зауважити, що підприємство має обов'язково проводити оцінку процесів діджиталізації та їхній вплив на підприємство, а в кращому випадку розробляти бізнес-план згідно з цим питанням. Так, як ці процеси можуть принести підприємству, як користь, так і шкоду. Тому потрібно бути готовим до можливих наслідків та вдало їх контролювати.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Діджиталізація господарських процесів як інноваційна стратегія розвитку ФОП Томчук А. М.

Діджиталізація господарських процесів визначається використанням цифрових технологій та інформаційних систем для покращення та оптимізації різних аспектів підприємницької діяльності. Це інноваційна стратегія розвитку, яка може призводити до численних переваг для підприємств [21]:

Таблиця 3.1

Інноваційні переваги діджиталізації для підприємства

Показник	Характеристика
Ефективність операцій	Застосування цифрових інструментів дозволяє автоматизувати багато рутинних операцій, зменшуючи час і трудові витрати
Підвищення продуктивності працівників	Інтеграція технологій може покращити спосіб управління робочими процесами та забезпечити більш ефективне використання робочого часу працівників.
Покращення якості послуг та товарів	Діджиталізація може поліпшити контроль якості та дозволити підприємствам виробляти більш високоякісні товари та послуги.
Інновації в продуктах та послугах	Застосування технологій дозволяє підприємствам створювати нові та інноваційні продукти, що відповідають потребам ринку.
Покращення взаємодії з клієнтами	Використання цифрових каналів комунікації дозволяє підприємствам покращити взаємодію з клієнтами, вести ефективний маркетинг та надавати краще обслуговування.
Аналіз даних для прийняття рішень	Збір та аналіз даних дозволяє компаніям отримувати цінні інсайти для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень.
Гнучкість та адаптивність	Діджиталізація дозволяє підприємствам бути більш гнучкими та адаптивними до змін на ринку та у внутрішньому середовищі.
Зниження витрат та оптимізація ресурсів	Цифрові інструменти дозволяють управляти ресурсами більш ефективно та зменшувати витрати.
Розширення географії та ринків	Діджиталізація дозволяє підприємствам легко розширювати свою діяльність на нові географічні ринки через інтернет.
Створення інноваційного підприємницького середовища	Застосування цифрових технологій сприяє розвитку інноваційного екосистеми

Джерело: сформовано за даними [21].

Діджиталізація господарських процесів є важливою інноваційною стратегією розвитку малого підприємництва. Вона дозволяє зменшити витрати на оплату праці, енергоносії, папір тощо (внаслідок автоматизації багатьох процесів); підвищити ефективність (через швидше та точніше виконання завдань); розширення можливостей (шляхом виходу на нові ринки, залучення нових клієнтів і партнерів). Прикладом впровадження діджиталізації є діяльність онлайн-магазинів, онлайн-маркетинг (дозволяють розширити коло клієнтів та спектр засобів їх залучення), інтернет-технології автоматизації бізнес-процесів, зокрема управління фінансами, персоналом, складом тощо. Поетапний підхід до діджиталізації, розробка детального плану дій, зокрема потреб та бюджету, участь фахівців дозволить діджиталізації стати потужним інструментом, який допоможе суб'єкту підприємництва бути ефективнішими та конкурентоспроможними.

Діджиталізація господарських процесів малих форм бізнесу у сучасних умовах виступає як комплексна інноваційна стратегія розвитку підприємництва, спрямована на впровадження цифрових технологій для підвищення ефективності, оптимізації операцій та покращення конкурентоспроможності (табл. 3.2). Ця стратегія передбачає глибоку трансформацію бізнес-моделей та підприємницьких процесів, використання передових інформаційних технологій та аналізу даних. На сьогодні, будь-які процеси діджиталізації сприймаються як інновація, сприймаються як щось, що несе сучасність та корелюється з новітніми тенденціями. Тому варто сказати, що діджиталізація є невід'ємною частиною будь-якої інноваційної стратегії для підприємства.

Трансформація процесів і систем у малих підприємствах на цифрові була основною метою глобального бізнесу протягом останніх кількох років. Цифровізація стає основною лінією конкуренції: чим більше інновацій і технологічних оновлень компанія інтегрує у свій бізнес, тим більше конкурентних переваг і можливостей реагування вона набуває на виклики, що динамічно змінюються. Малі підприємства зазнали низки економічних і соціальних змін, спричинених пандемією COVID-19. Вони почали оцифровку

організацій та інновації у виробництві, щоб не втратити позиції на ринку та отримувати дохід від лояльних клієнтів.

Таблиця 3.2

Користь діджиталізації для малих підприємств

Показник	Характеристика
Збільшення продуктивності і ефективності	Автоматизація рутинних задач: Цифрові інструменти дозволяють автоматизувати багато рутинних операцій, що звільняє робочий час для більш важливих завдань та підвищує продуктивність.
Покращення обслуговування клієнтів	Електронна комунікація та онлайн-обслуговування: Використання цифрових каналів комунікації дозволяє підприємствам ефективніше взаємодіяти з клієнтами, надаючи зручні та швидкі сервіси.
Розширення ринків та клієнтської бази	Електронна комерція: Онлайн-присутність дозволяє малим підприємствам легше досягати нових ринків і привертати клієнтів з інших географічних областей.
Зменшення витрат	Ефективне управління ресурсами: Використання цифрових систем дозволяє оптимізувати управління запасами, фінансами та іншими ресурсами, що сприяє зменшенню витрат.
Збільшення конкурентоспроможності	Реагування на зміни: Малим підприємствам легше адаптуватися до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі через використання цифрових технологій.
Розвиток інновацій	Підтримка інновацій та стартапів: Застосування цифрових інструментів може створити середовище для розвитку інноваційних підприємств та стартапів.
Покращення процесів управління	Аналітика та звітність: Використання аналітики дозволяє власникам малих бізнесів здійснювати обґрунтоване управління та приймати стратегічні рішення.
Стимулювання інвестицій	Привабливість для інвесторів: Підприємства, які використовують цифрові технології, можуть бути привабливішими для інвесторів, оскільки це свідчить про їхню готовність до інновацій та зростання.
Підвищення рівня безпеки даних	Сучасні системи кібербезпеки: Застосування цифрових технологій допомагає у підвищенні рівня безпеки та захисту конфіденційної інформації.
Підтримка сталого розвитку	Зменшення впливу на довкілля: Використання електронної документації та інших цифрових інструментів може допомагати зменшити використання паперу та інших невідновлюваних ресурсів, сприяючи сталому розвитку.

Джерело: створене на основі [27].

Протягом останніх кількох років малі підприємства уважно стежили за тенденціями та технологічними розробками, прагнучи знайти більш адекватні та інноваційні рішення для існуючих процесів, а також відкрити нові горизонти та знайти нові сфери застосування технологій у бізнесі. Діджиталізація стає більш важливою, якщо організація хоче гарантувати довгострокові перспективи та конкурентоспроможність, особливо на тлі

невизначеного розвитку ситуації навколо пандемії, війни та загалом динамічного середовища. Для малих підприємств часто характерна прагматична корпоративна культура, яка в значній мірі орієнтована на результат. Це часто створює основні передумови для розвитку інноваційної культури. Інновації в малих підприємствах означають, перш за все, розробку нових ідей і систематичне управління ними до досягнення успіху. На відміну від великих корпорацій, де робота часто керується регламентованими процедурами, малі компанії більш імпровізовані. Імпровізація – це не негатив, а здатність адаптувати наявні знання до ситуації та застосувати їх у зміненому вигляді. Поширення інновацій у компанії означає використання та зміцнення існуючої інноваційної культури [42].

Цифровою трансформацією та інноваціями також можна добре керувати в компаніях малого та середнього розміру, збільшуючи конкурентні переваги та забезпечуючи їх доходом і розвитком. Цифрова трансформація малого та середнього бізнесу виявилася життєво важливою задовго до кризи COVID-19, а після її впливу ця важливість стала ще сильнішою та зрозумілішою для забезпечення стійкості бізнесу малого та середнього бізнесу. Це безперервний процес оновлення та інновацій поточних процесів, оскільки технології продовжують розвиватися, і для того, щоб такі підприємства вижили, необхідно постійно впроваджувати інновації, щоб рости та процвітати. Розширення вектору діджиталізації господарської діяльності малих форм бізнесу має ряд важливих обґрунтувань, які віддзеркалюють ефективність цього процесу, а саме:

3.2. Реалізація проєкту інтернет-маркетингу ФОП Томчук А. М.

Інтернет-маркетинг, також відомий як онлайн-маркетинг, це сукупність стратегій і методів просування товарів чи послуг в Інтернеті. Цей вид маркетингу використовує цифрові технології та онлайн-канали для досягнення маркетингових цілей. Основні складові інтернет-маркетингу

включають: веб-сайти та лендінги, маркетинг (SEO та SEM), контент-маркетинг, соціальні мережі, електронну пошту, афіліат-маркетинг, відео-маркетинг, маркетинг в месенджерах, тощо [23]. Інтернет-маркетинг дозволяє підприємствам ефективно використовувати онлайн-ресурси для залучення нових клієнтів, утримання існуючих та підвищення впізнаваності бренду. Завдяки різноманіттю інструментів та стратегій, цей вид маркетингу може бути адаптований до різних потреб і галузей бізнесу.

Інтернет маркетинг є важливою складовою ФОП Томчук Андрій Михайлович, оскільки це допомагає розвиватись у правильному руслі, а також підвищити впізнаваність брендів А.ТОМ та Pack-Trade. Під час дослідження було визначено 6 основних напрямків інтернет-маркетингу ФОП Томчук Андрій Михайлович:

1. Контекстна реклама в Google. Контекстна реклама в Google відбувається через платформу Google Ads (раніше відому як Google AdWords). Google Ads надає можливість рекламодавцям створювати та управляти рекламними кампаніями, які відображаються на різних продуктах Google, таких як пошуковий двигун Google, YouTube, Gmail і мобільні додатки. Можна сказати, що, на сьогодні, цей метод інтернет-маркетингу є найбільш ефективним. Не дивлячись на те, що компанія застосувала цю стратегію нещодавно, але результати були надзвичайно успішними.

2. SEO (Search Engine Optimization) маркетинг – це стратегія в інтернет-маркетингу, спрямована на оптимізацію веб-сайтів з метою поліпшення їхнього рейтингу в результатах пошукових систем. Основна мета SEO – забезпечити високий рейтинг в пошукових системах для конкретних ключових слів, що відповідають контенту веб-сайту. Цей метод також показав свою ефективність, завдяки якому вдалося покращити веб-сайт, і так само полегшити пошук брендів в пошукових системах. Це дає результат, який допомагає поширити впізнаваність брендів в онлайн-ресурсах.

3. Реклама на маркетплейсах є важливою складовою стратегії маркетингу для багатьох бізнесів. Маркетплейс — це онлайн-платформа, на

якій продаються товари або послуги від різних продавців. Загалом, компанія застосовує такі маркетплейси: OLX, Prom.ua, Flagma, Agrobiz та Agriexpo. Перші два маркетплейси є дієвими не для всієї продукції компанії. Найбільше рекламується на таких платформах пакувальні матеріали та парафін. Що стосується останніх трьох, то там рекламується техніка та відповідне навісне обладнання власного виробництва для такої техніки.

4. SMM (Social Media Marketing) – це стратегія маркетингу, яка використовує соціальні мережі для підтримки брендів, залучення цільової аудиторії та підвищення обізнаності про продукти чи послуги. Основна ідея полягає в тому, щоб використовувати популярні соціальні платформи для взаємодії з аудиторією та просування бренду. Компанія має офіційні сторінки брендів в Facebook (кількість читачів «А.ТОМ» – 1,1 тис. та «Pack-Trade» – 2,2 тис.), Instagram («А.ТОМ» – 699 та «Pack-Trade» – 1,3 тис.) та Telegram (об'єднаний канал з 125 підписниками).

5. Медіареклама, а саме відеореклама, тобто розміщення коротких відеороликів на YouTube. Або коротше кажучи блоггінг. На сьогодні, YouTube канал «А.ТОМ» Україна має 778 підписників та 333 відео з загальною кількістю 756 572 переглядів. В свою чергу канал «РАСК-TRADE» Україна має 1,01 тис. підписників, 542 відео та 1 137 951 перегляд.

6. Публікації в онлайн-виданнях для просування бренду. Особливо коли онлайн-видання стосується сфер в яких працює компанія. Саме публікації статей на різних ресурсах дають змогу більше наповнити інформацію на сайтах про компанії. Це в свою чергу дозволяє збільшити впізнаваність брендів. Так, ФОП Томчук Андрій Михайлович публікується в онлайн-виданнях «Латифундист» та «Traktorist.ua». На мою думку, на сьогодні інтернет-маркетинг є основною складовою для розвитку підприємства, тому завжди потрібно інвестувати в цей напрям задля досягнення кращих фінансових показників. Структура каналів маркетингових комунікацій наведена на рис. 3.1.

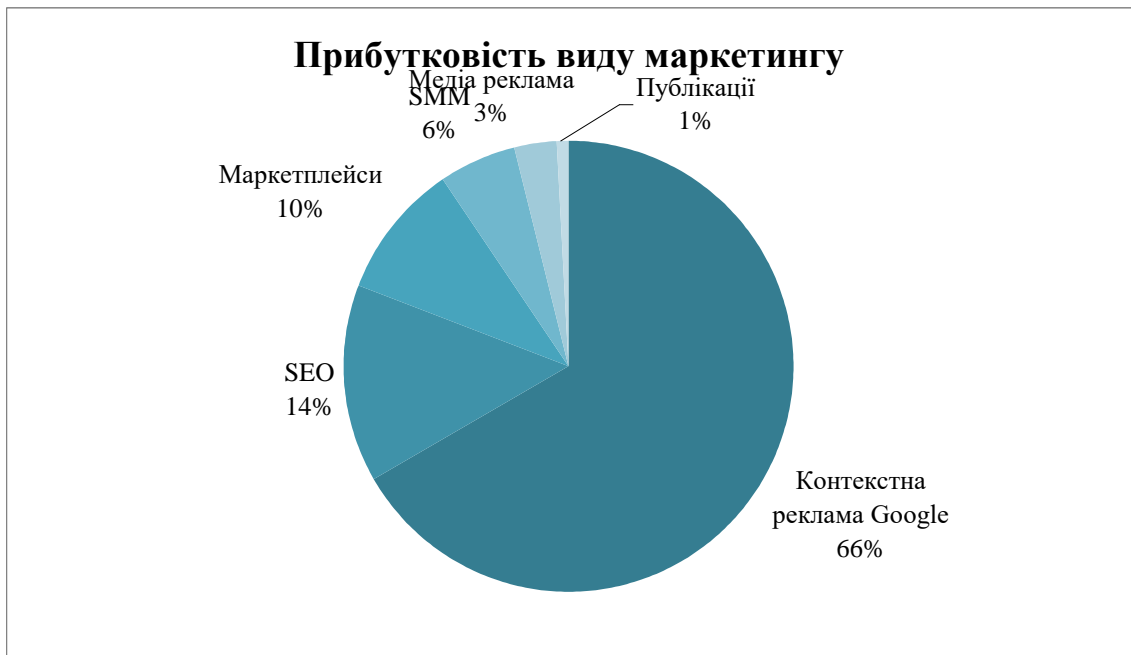


Рис. 3.1. Структура каналів маркетингових комунікацій ФОП Томчук А. М.

Джерело: власні дослідження

Бренди «А.ТОМ» та «Pack-Trade» мають власні веб-сайти, тому в 2022 р. було проведена веб-аналітика та виокремлена специфіка відвідувачів онлайн-ресурсів. Згідно з цією інформацією було запроваджено стратегію в якій прописувались задачі, які потрібно виконати до наступного року.

Таблиця 3.3

Аналітика веб-сайту торгових марок ВОП Томчук А. М.

Показник	Результат	Задача
Кількість відвідувачів за день/тиждень/місяць/рік	30 / 210 / 850 / 10 200	Збільшити кількість відвідувачів сайту за місяць до 1000-1200 осіб
Рід діяльності відвідувачів	Підприємці аграрного сектору та підприємці малого бізнесу	-
Вікова категорія	40-45 років	-
Середня кількість проведених хвилин на сайті	5-7 хв.	Наповнити сайт більшою кількістю відповідної інформації, що дозволить довше залишатись на сайті до 8-10 хв.
Кількість кліків	7-10	Збільшити до 15
Використання	65% на мобільних пристроях, 35% на комп'ютері	Покращити відображення сайту на мобільних пристроях

Джерело: власні дослідження

Подальше розширення процесів діджиталізації на базі ФОП Томчук А.М. обґрунтовано у форматі проєкту (табл. 3.4–3.7). Загальний економічний ефект – зниження витрат становитиме 2,5–5%, додатковий дохід – 51,2 млн грн. Для реалізації проєкту необхідно інвестувати 500 тисяч грн., а загальна сума початкових витрат для реалізації проєкту складе 27,5 млн грн. Також у форматі витрат розглядаємо видатки на залучення фінансування, що становитиме 10% від суми початкових інвестицій, що наразі є еквівалентним середній поточній величині кредитного залучення, тому цей показник вважаємо реалістичним. Відповідно в процесі реалізації проєкту очікується фінансовий результат у сумі 38,8 млн грн..

Таблиця 3.4

Фінансові результати проєкту ВОП Томчук А. М., млн. грн

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Економічний ефект	51,228	51,228	51 228	51 228	51 228
Загальна сума витрат	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75
Фінансові результати до оподаткування	48,48	48,48	48,48	48,48	48,48
Податок на прибуток	9,696	9,696	9,696	9,696	9,696
Чистий прибуток в межах проєкту	38,78	38782,4	38782,4	38782,4	38782,4

Джерело: власні дослідження

Для визначення інвестиційної привабливості проєкту визначено ставку дисконтування з урахуванням банківської ставки (4,25%) та рівня інфляції (прийнято 4,4% річних). Ризик проєкту залежить від сучасної ситуації в країні та світі. Вважаючи, що запропоновані заходи підсилюють наявні бізнес-процеси, а у цілому рівень ризику є низьким, то його значено прийнято на рівні 5%. Наслідком є визначення величини чистої поточної вартості (табл. 3.5). Отриманий результат засвідчує генерування проєктом значної доданої вартості, що доводить необхідність його практичного впровадження з метою посилення ефективності господарської діяльності ФОП Томчук А. М. та окремих його напрямів роботи. Індекс рентабельності дорівнює $PI = 4,88$, тобто на кожні 100 грн, які буде вкладено у проєкт, ФОП Томчук А. М. отримає 488 грн доданої вартості. Термін окупності проєкту – 1,5 роки.

Таблиця 3.5

Інвестиційна привабливість проєкту ФОП Томчук А. М., млн. грн

Показник	0 рік	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Видатки							
Початкові витрати	27,5	-	-	-	-	-	-
Разом	27,5	-	-	-	-	-	-
Доходи							
Чистий прибуток	-	38,782	38,782	38,782	38,782	38,782	-
Разом	0	38,782	38,782	38,782	38,782	38,782	-
Чистий грошовий потік	-27,5	38,782	38,782	38,782	38,782	38,782	-
Коефіцієнт дисконтування $i=13,65$	1,00	0,88	0,77	0,68	0,6	0,53	-
Дисконтований грошовий потік	-27,5	34,13	29,86	26,37	23,27	20,55	10,7

Джерело: власні дослідження

Щодо визначення величини ризиків проєкту, то цей аспект відображено у табл. 3.6. Як можна судити за представленими результатами обчислень, ризикованість є вкрай низькою, адже навіть якщо ставка дисконтування складе 30%, то генерована сума дисконтованих грошових потоків буде позитивною (на рівні 67,1 млн грн). Таким чином, доведено, що цифровізація несе має суттєві резерви для відносно швидкого підвищення економічної ефективності господарської діяльності сучасного суб'єкта бізнесу, в тому числі того, який функціонує у динамічно мінливому середовищі. Використання можливостей цифровізації та діджиталізації дозволяє досягти істотного посилення економічної ефективності бізнес-процесів: скорочуються витрати праці, а також проявляється ряд інших непрямих ефектів. У менеджменті малих форм підприємництва з'являється можливість генерувати величезний обсяг числових даних, які у подальшому внаслідок використання методів обробки масивів інформації можна виявити неочевидні кореляції і впливу різних факторів. Запропоновані заходи, а також напрямки посилення економічної ефективності господарської діяльності можуть бути реалізовані на практиці ФОП Томчук А. М., що їм було запропоновано. Підводячи підсумок, відзначимо, що основним напрямом посилення фінансово-господарської діяльності сучасного ринкового оператора, які діє у сфері торгівлі, зазначено використання

досягнень цифровізації та діджиталізації. Як приклад потенційного заходу розглянуто управління логістичними операціями та маркетинговою діяльністю суб'єкту бізнесу.

Таблиця 3.6

**Чутливість проєкту ФОП Томчук А. М. до зміни
ставки дисконтування, млн. грн**

Показник	0 рік	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Чистий грошовий потік	-27,5	38,782	38,782	38,782	38,782	38,782	-
Коефіцієнт дисконтування $i=5$, частка од.	1	0,95	0,91	0,86	0,82	0,78	-
Коефіцієнт дисконтування, $i=10$, частка од.	1	0,91	0,83	0,75	0,68	0,62	-
Коефіцієнт дисконтування, $i=15$, частка од.	1	0,87	0,76	0,66	0,57	0,5	
Коефіцієнт дисконтування, $i=20$, частка од.	1	0,83	0,69	0,58	0,48	0,4	
Коефіцієнт дисконтування, $i=25$, частка од.	1	0,8	0,64	0,51	0,41	0,33	
Коефіцієнт дисконтування, $i=30$, частка од.	1	0,77	0,59	0,46	0,35	0,27	-
Дисконтований грошовий потік, 5%	-27,5	36,84	35,29	33,35	31,80	30,25	140,0
Дисконтований грошовий потік, 10%	-27,5	35,29	32,19	29,09	26,37	24,04	119,48
Дисконтований грошовий потік, 15%	-27,5	33,74	29,47	25,596	22,106	19,39	102,81
Дисконтований грошовий потік, 20%	-27,5	32,19	26,76	22,49	18,61	15,51	88,07
Дисконтований грошовий потік, 20%	-27,5	31,02	24,82	19,78	15,90	12,798	76,82
Дисконтований грошовий потік, 20%	-27,5	29,86	22,88	17,84	13,57	10,47	67,13

Джерело: власні дослідження

Обчислення засвідчили, що в межах п'яти років буде згенеровано дисконтований грошовий потік у розмірі 106,7 млн грн. на рівні малої форми підприємництва. При цьому запропонований захід не є ризикованим, бо розмір суми дисконтованих грошових потоків виявиться позитивним навіть за коефіцієнту дисконтування на рівні 30 %. Отже, Інтернет маркетинг є важливою складовою ФОП Томчук Андрій Михайлович, оскільки це допомагає розвиватись підприємству, а також підвищити впізнаваність брендів А.ТОМ

та Pack-Trade. У зв'язку з цим фінансування такого методу маркетингу збільшується з кожним роком. Більш того у 2022 р. було прийнято бізнес-стратегію розвитку веб-сайтів для кращого розвитку підприємства.

Висновки до розділу 3

1. Третій розділ стосується напрямків підвищення ефективності діджиталізації суб'єктів підприємницької діяльності. Загалом було визначено, що діджиталізація господарських процесів може слугувати як інноваційна стратегія розвитку підприємництва. Діджиталізація господарських процесів визначається використанням цифрових технологій та інформаційних систем для покращення та оптимізації різних аспектів підприємницької діяльності. Це інноваційна стратегія розвитку, яка може призводити до численних переваг для підприємств. Тому слід сказати, що діджиталізація і є інновацією для підприємства.

2. Нами досліджено основні методи інтернет-маркетингу на базі ФОП Томчук А.М.. Це дало змогу дослідити та окреслити основні види інтернет-маркетингу підприємства, а також визначити наскільки ефективними є ці методи. Також було проаналізовано скільки коштів залучається в рамках провадження цих методів діджиталізації підприємства. Було здійснено також обґрунтування ефективності розширення вектору діджиталізації господарської діяльності малих форм бізнесу. Оскільки це безперервний процес оновлення та інновацій поточних процесів, так як технології продовжують розвиватися, і для того, щоб такі підприємства вижили, необхідно постійно впроваджувати інновації, щоб рости та процвітати.

3. Підсумовуючи, варто сказати, що підвищення ефективності діджиталізації суб'єктів підприємницької діяльності є невід'ємною частиною сучасного підприємства, оскільки саме цей аспект підштовхує підприємців до розвитку та впровадження інновацій. Світ модернізується тому потрібно адаптуватися до сучасних умов і так само намагатися привносити та транслювати сучасні тренди на власний бізнес.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Перший розділ дослідження стосується теоретичних засад діджиталізації господарської діяльності суб'єктів підприємництва. З цього слід винести, що діджиталізація (або цифровізація) підприємництва – це процес впровадження цифрових технологій та інновацій в різні аспекти діяльності підприємства для поліпшення ефективності, збільшення конкурентоспроможності та підвищення якості продуктів чи послуг. Основна мета – використання сучасних технологій для оптимізації бізнес-процесів та створення нових можливостей для розвитку.

2. Поняття «діджиталізація» відносно нове та немає доволі чіткого окреслення, оскільки кожен науковець трактує його по своєму. Під час дослідження я помітив, що в українській науковій літературі вчені збігаються в думках щодо самого поняття «діджиталізація». Але при дослідженні іноземних ресурсів я стикнувся з невеличкою проблемою. В іноземній науковій літературі існує поняття «digitalization», що в перекладі означає «діджиталізація», а також існує поняття «digitization», що по суті означає «цифровізація або оцифрування». Проблематика полягає ось в чому, якщо українські науковці виділяють «цифровізацію» як частину «діджиталізації», то іноземні вчені часто розділяють ці поняття. Деякі вчені ототожнюють їх і переводять це в площину ніби це два рівнозначних поняття, а деякі трактують, що «цифровізація» є процесом «діджиталізації». Тому моя пропозиція полягає в тому, щоб процес «цифровізації» розглядався як невід'ємна частина «діджиталізації», оскільки так набагато легше сприймати цю проблематику та робити дослідження у цьому руслі.

3. В свою чергу країнам так само варто розробляти власну політику щодо діджиталізації, оскільки це дасть змогу контролювати цей процес, а також визначити дозволені рамки, оскільки з появою нових можливостей, зростає і поява нових загроз. Україна не є виключенням, хоча я і вважаю, що

країна розвиває та намагається бути прогресивною в рамках нормативно-правового врегулювання процесів діджиталізації.

4. Другий розділ наукового дослідження стосується оцінки процесів діджиталізації підприємства на сучасному етапі. В рамках цього було розглянуто впровадження цих процесів на підприємстві ФОП Томчук Андрій Михайлович. На мою думку, підприємство рухається у вірному напрямку. Єдину пропозицію, яку я б вніс було би створення окремого підрозділу на підприємстві для кращого збору даних і так само для більш глибокої та всеосяжної аналітики. На мою думку, це стосується не тільки наведеного вище підприємства, але і підприємств в цілому. В такому динамічному світі технології розвиваються дуже швидко, тому аналіз цих процесів має відбуватися швидше для подальшої імплементації на підприємстві. Зрозуміло, що поверхнева аналітика також є вдалим фактором для розвитку, але для більшого розуміння потрібно заглиблюватись далі. Це і дасть кращу оцінку процесів діджиталізації, які впроваджує підприємство.

5. Третій розділ стосується напрямів підвищення ефективності діджиталізації суб'єктів підприємницької діяльності. Діджиталізація господарських процесів визначається використанням цифрових технологій та інформаційних систем для покращення та оптимізації різних аспектів підприємницької діяльності. Це інноваційна стратегія розвитку, яка може призводити до численних переваг для підприємств. На мою думку, діджиталізація в будь якому випадку підвищує ефективність підприємства, тому я слідую за таким принципом як «діджиталізація = інновація». Навіть досліджуючи питання інтернет-маркетингу на підприємстві ФОП Томчук А.М., я впевнився, що ці процеси несуть більш позитивний характер, ніж негативний. Керівник на власному досвіді впевнився в цьому, внаслідок чого було збільшено фінансування цього аспекту, як було показано в дослідженні. Тому підприємства будь якого рівня повинні впроваджувати процеси діджиталізації, так як це допоможе підвищити ефективність бізнесу.

6. Отже, діджиталізація господарської діяльності суб'єктів підприємництва є актуальною темою дослідження і я вважаю буде залишатися актуальною ще довгий час, так як інформаційно-комунікаційні технології розвиваються з кожним роком і вносять в тему дослідження все більш нові спектри, які варто розглядати та аналізувати науковцям.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дубина М. В., Козляченко М. В., Концептуальні аспекти дослідження сутності діджиталізації та її ролі у розвитку сучасного суспільства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 3 (19). С. 21-32.
2. Житомирщина у цифрах 2021. *Головне управління статистики у Житомирській області*. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.12.2023).
3. Закон України «Про адміністративні послуги» від 11.06.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17#Text> (дата звернення: 05.12.2023).
4. Закон України «Про доступ до публічної інформації» від 01.05.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 05.12.2023).
5. Закон України «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text> (дата звернення: 05.12.2023).
6. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 30.09.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (дата звернення: 05.12.2023).
7. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 02.11.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15#Text> (дата звернення: 05.12.2023).
8. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 19.04.2014. *Верховна Рада України*. URL: <https://zt-rada.gov.ua/?pages=15331> (дата звернення: 05.12.2023).
9. Закон України «Про інформацію» від 01.01.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 05.12.2023).
10. Закон України «Про захист персональних даних» від 01.01.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> (дата звернення: 05.12.2023).

11. Закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» від 01.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text> (дата звернення: 05.12.2023).

12. Клименко К. В., Діджиталізація як інноваційний розвиток підприємства: досвід України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020, № 4, Том 3. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/11/2020-4t3-04.pdf> (дата звернення: 05.12.2023).

13. Концепцію розвитку цифрових компетентностей до 2025 року. URL: https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/news_post/2021/3/kabmin-skhvaliv-kontseptsiyu-rozvitku-tsifrovikh-kompetentnostey-do-2025-roku/Dodatok-2.pdf (дата звернення: 05.12.2023).

14. Король С., Польєрик Є., Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку. *Modern Economics*. Випуск №18, 2019 р.67-73.

15. Лапін А., Грінчук І., Оленюк Д., Діджиталізація економіки в Україні: сучасний стан та перспективи. *Ефективна економіка*. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/362275211_DIDZITALIZACIA_EKONOMIKI_V_UKRAINI_SUCASNIJ_STAN_TA_PERSPEKTIVI (дата звернення: 05.12.2023).

16. Лісова Р. М., Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24 (2). С. 114–118.

17. Програма розвитку малого і середнього підприємництва Житомирської міської територіальної громади на 2022-2026 роки. *Житомирська міська рада*. URL: <https://zt-rada.gov.ua/?pages=15331> (дата звернення: 05.12.2023).

18. Савицька О. М., Салабай В. О. Міжнародний та вітчизняний досвід формування цифрових трансформацій в управлінні бізнесом компаній / 102 Економічні та інноваційно-інвестиційні процеси в умовах змін ринкового середовища: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 24 жовтня 2020 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2020. С. 55-59.

19. Савицька О., Салабай В., Особливості діджиталізації бізнесу в умовах розвитку індустрії 4.0. *Ефективна економіка*. 2022. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2020/67.pdf (дата звернення: 05.12.2023).

20. Устенко М., Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Випуск № 68. 2019 р. С.181-192.

21. Чупріна М. О., Бобошко Є. М., Переваги та недоліки діджиталізації бізнес-процесів підприємства. 2023: IV Міжнародна науково-практична конференція "БІЗНЕС, ІННОВАЦІЇ, МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ". URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/279870> (дата звернення: 05.12.2023).

22. Шпилик С., Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємництва. *Галицький економічний вісник*. 2015. №2 (49). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161834337.pdf> (дата звернення: 05.12.2023).

23. А.ТОМ. URL: <https://atom-attachments.com/uk> (last accessed: 05.12.2023).

24. Bouwman H., Nikou S., Molina-Castillo F.J., De Reuver M. The impact of digitalization on business models. *Digital Policy, Regulation and Governance*. 2018. Vol. 20 № 2. P. 105–124.

25. Catarina F., Pires R., and Gaspar Alves M.- C., Digital Entrepreneurship and Sustainability: The State of the Art and Research Agenda. *Economies 11: 3*. 2023 URL: <https://doi.org/10.3390/economies11010003> (last accessed: 05.12.2023).

26. Digital Transformation Readiness Survey Summary. *Center for creative leadership*. 2020. URL: <https://www.ccl.org/wp-content/uploads/2018/04/Digital-Transformation-Survey-Report.pdf>. (last accessed: 05.12.2023).

27. Di Song, Aiqi Wu, Pursuing International Opportunities in a Digitally Enabled World. *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*. 2021. P.265-283. URL: <s://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-53914-6> (last accessed: 05.12.2023).

28. Göcke L., Weninger R., Business Model Development and Validation in Digital Entrepreneurship. *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*. 2021. P.71-87. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-53914-6> (last accessed: 05.12.2023).
29. Hull C., Caisy Hung Y.-T., Hair N., Perotti V., Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations* 4(3). 2007. P.290-303.
30. Kovbych T., Potential advantages and disadvantages of digitalization processes. *Market Infrastructure*. 2020. No. 48. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct48-6> last accessed: 05.12.2023).
31. Kraus S., Breier M., The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal* 16(3). 2020. P.1023-1042.
32. Le Dinh T., Vu V.-C., Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship* 22(1). 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/326990005_Towards_a_living_lab_for_promoting_the_digital_entrepreneurship_process (last accessed: 05.12.2023).
33. Nambisan S., Wright M., and Feldman M., The Digital Transformation of Innovation and Entrepreneurship: Progress, Challenges and Key Themes. *Research Policy*. 2018 p. 1–9.
34. Pack-Trade. URL: https://pack-trade.com/uk/o_kompanii/ (last accessed: 05.12.2023).
35. Reuber R., Fischer E., International entrepreneurship in internet-enabled markets. *Journal of Business Venturing* 26(6). 2011. P.660-679.
36. Samara G., Terzian J., Challenges and Opportunities for Digital Entrepreneurship in Developing Countries. *Digital Entrepreneurship Impact on Business and Society*. 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/346021094_Challenges_and_Opportunities_for_Digital_Entrepreneurship_in_Developing_Countries (last accessed: 05.12.2023).
37. Smailhodžić E., Denis Berberović D., Digital Creativity: Upgrading Creativity in Digital Business . *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and*

Society. 2021. P.165-183. URL: [s://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-53914-6](https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-53914-6) (last accessed: 05.12.2023).

38. Sokolova H.B., Some aspects of the development of the digital economy in Ukraine, *Economic Bulletin of Donbass*, no.1 (51). 2018. p. 92-96.

39. Soltanifar M., Hughes M., Göcke L., *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*. 2021. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-53914-6> (last accessed: 05.12.2023).

40. Sutherland W., Jarrahi M., The Sharing Economy and Digital Platforms: A Review and Research Agenda. *International Journal of Information Management*. 2018. P.328– 341.

41. Vikrant Mr., Nangare V., Digital entrepreneurship. 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/353915042_DIGITAL_ENTREPRENEURSHIP (last accessed: 05.12.2023).

42. Yuleva-Chuchulayna R., Digitalization and innovation as a factor in increasing the competitiveness of small and medium-sized enterprises. *Conference: KNOWLEDGE – International Journal*. 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/351411520_DIGITALIZATION_AND_INNOVATION_AS_A_FACTOR_IN_INCREASING_THE_COMPETITIVENESS_OF_SMALL_AND_MEDIUM-SIZED_ENTERPRISES (last accessed: 05.12.2023).

ДОДАТКИ