

Владислав В. Міца¹, Ігор М. Лях²

ЗАСТОСУВАННЯ ПЛАТФОРМ ЦИФРОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСІ

В сучасних умовах розвитку цифрові платформи в малому та середньому бізнесі почали широко застосовуватися під час розвитку Індустрії-4.0 глобалізації. Сучасні дослідження визначають цифрові платформи як електронне середовище, яке включає загальний набір (перелік) товарів та послуг з відповідною цифровою конфігурацією. Прикладом цифрових платформ є: цифрова музична платформа «Spotify» або «iTunes», цифрова кіноплатформа «Netflix» тощо

В статті встановлено, що з точки зору економіки, цифрові платформи – це допоміжні електронні середовища (ринки) на яких продавці та покупці здійснюють купівлю-продаж товарів. А цифрове підприємництво розглядається також як процес створення нового Інтернет-бізнесу.

В процесі дослідження встановлено, що завдяки поширенню цифрових платформ у підприємств з'явилися можливості для стимулювання інновацій для створення нових продуктів або послуг. У рамках Індустрії-4.0 глобалізація та цифровізація сформували на основі цифрових платформ деякі переваги для учасників. Насамперед, через цифрові платформи виробники можуть оцінити покупців і кінцевих споживачів, не звертаючись до посередників. Також цифрові платформи дозволяють продавцям демонструвати свої товари у віртуальних торгових центрах через веб-сайт, а споживачі можуть переглядати інформацію про товар у зручний для них час та місце.

Доведено, що малі та середні підприємства є одним із головних двигунів сучасної економіки, які сприяють розвитку економіки країни, створенню доходів, зайнятості та інноваціям у різних галузях. Малі та середні підприємства є ключем до економічного зростання та ринкової конкуренції в більшості розвинутих економік завдяки своїй гнучкості та здатності до інновацій.

За результатами проведеного дослідження підтверджено, що застосування цифрових інструментів та платформ допомагає підприємствам малого та середнього бізнесу визначити вірний напрямок для покращення ефективності діяльності малих і середніх підприємств у рамках Індустрії-4.0 і тенденцій цифровізації. Адже діяльність підприємств малого та середнього бізнесу безпосередньо впливає на загальний ВВП країни. Таким чином предметом подальшого дослідження є вивчення факторів, які можуть підвищити продуктивність підприємств малого та середнього бізнесу, що є важливим при визначенні напрямів майбутнього розвитку підприємств малого та середнього бізнесу. Крім того, в рамках Індустрії-4.0 підприємств малого та середнього бізнесу повинні скористатися перевагами глобалізації та цифровізації, щоб працювати краще та досягати більших конкурентних переваг.

Ключові слова: цифрове підприємництво, цифрові платформи, цифрові технології, малі та середні підприємства (МСП), технологічні інструменти.

Літ. 8.

DOI: 10.32752/1993-6788-2023-1-262-6-11

Vladyslav V. Mitsa, Ihor M. Lyakh

APPLICATION OF DIGITAL ENTREPRENEURSHIP PLATFORMS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

In modern conditions of development, digital platforms in small and medium-sized businesses began to be widely used during the development of Industry-4.0 globalization. Modern studies

¹ Uzhhorod National University. Uzhhorod. Ukraine.

² Uzhhorod National University. Uzhhorod. Ukraine.

define digital platforms as an electronic environment that includes a general set (list) of goods and services with a corresponding digital configuration. Examples of digital platforms are: digital music platform "Spotify" or "iTunes", digital movie platform "Netflix", etc.

The article established that from the point of view of the economy, digital platforms are auxiliary electronic environments (markets) on which sellers and buyers buy and sell goods. And digital entrepreneurship is also considered as the process of creating a new Internet business.

In the process of research, it was established that thanks to the spread of digital platforms, entrepreneurs have opportunities to stimulate innovation to create new products or services. In the framework of Industry 4.0, globalization and digitalization have created some benefits for participants based on digital platforms. First of all, through digital platforms, manufacturers can assess buyers and end consumers without going through intermediaries. Also, digital platforms allow sellers to display their products in virtual shopping centers through a website, and consumers can view product information at a time and place convenient for them.

It has been proven that small and medium-sized enterprises are one of the main engines of the modern economy, which contribute to the development of the country's economy, the creation of income, employment and innovation in various fields. Small and medium-sized enterprises are the key to economic growth and market competition in most developed economies due to their flexibility and ability to innovate.

According to the results of the conducted research, it is confirmed that the use of digital tools and platforms helps small and medium-sized businesses to determine the right direction for improving the efficiency of small and medium-sized enterprises within the framework of Industry 4.0 and digitalization trends. After all, the activity of small and medium-sized business enterprises directly affects the total GDP of the country. Thus, the subject of further research is the study of factors that can increase the productivity of small and medium-sized business enterprises, which is important in determining the directions of the future development of small and medium-sized business enterprises. In addition, within the framework of Industry-4.0. SMEs must take advantage of globalization and digitalization to perform better and achieve greater competitive advantages.

Keywords: digital entrepreneurship, digital platforms, digital technologies, small and medium enterprises, technological tools.

Peer-reviewed, approved and placed: 12.04.2023.

Постановка проблеми. Цифрове підприємництво означає створення нових підприємств, трансформацію існуючого бізнесу шляхом розробки нових цифрових технологій та/або нового використання таких технологій. Цифрове підприємництво розглядається також як процес створення нового Інтернет-бізнесу. Цифрове підприємництво також включає цифрову трансформацію існуючої ділової активності всередині компанії або державного сектора.

Інновації є важливим чинником у цифровому підприємстві, адже вони ініціюють винахід нового продукту чи послуги, подальшої його комерціалізації тощо. Питання впровадження стратегічних інновацій у цифрове підприємство з використанням цифрових платформ надасть багато можливостей для підприємств.

З точки зору економіки, цифрові платформи — це допоміжні електронні середовища (ринки) на яких продавці та покупці здійснюють купівлю-продаж товарів. Актуальність порушеної тематики дослідження обумовила вирішення поставлених завдань, які ми спробуємо вирішити в цій статті.

Цифрові платформи відіграють ключову роль у створенні та розподілі вартості товару. Цифрові платформи — це електронне середовище, яке

включає загальний набір (перелік) товарів та послуг з відповідною цифровою конфігурацією. Прикладом цифрових платформ є: цифрова музична платформа «Spotify» або «iTunes», цифрова кіноплатформа «Netflix» тощо. Завдяки поширенню цифрових платформ у підприємців з'явилися можливості для стимулювання інновацій для створення нових продуктів або послуг. Тому окремого дослідження потребують питання існуючих практик платформ цифрового підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження цифрових платформ присвячено праці вітчизняних науковців різних сфер: технічних наук, економічних наук та дослідників інновацій. Серед найпоширеніших є публікації таких авторів: Зозуля Р., Струтинська І., Кіржецька М., Кіржецький Ю., Ковальчук С., Ковінько О., Лісовський І., Краус К., Рачинська Г., Фесіна Ю.

Мета дослідження. Серед наукових публікацій було проведено не так багато досліджень щодо визначення впливу цифровізації на ефективності компаній. Саме тому дана стаття може збагатити сферу дослідження цієї теми та подолати прогалину в літературі щодо цифровізації та ефективності діяльності компаній малого та середнього бізнесу

Основні результати дослідження. Малі та середні підприємства є одним із головних двигунів сучасної економіки, які сприяють розвитку економіки країни, створенню доходів, зайнятості та інноваціям у різних галузях. Малі та середні підприємства є ключем до економічного зростання та ринкової конкуренції в більшості розвинутих економік завдяки своїй гнучкості та здатності до інновацій.

Цифрові платформи в малому та середньому бізнесі почали широко застосовуватися під час розвитку Індустрії-4.0 глобалізації. Стартом у застосуванні цифрових інструментів стала необхідність аналітики великих даних. Надалі застосування цифрових відносин є переросло у ділові відносини, у яких беруть участь виробники та споживачі, роботодавці та працівники, працівники та постачальники, постачальники та клієнти та інші стейкхолдери.

У рамках Індустрії-4.0 глобалізація та цифровізація сформували на основі цифрових платформ деякі переваги для учасників. Насамперед, через цифрові платформи виробники можуть оцінити покупців і кінцевих споживачів, не звертаючись до посередників. Також цифрові платформи дозволяють продавцям демонструвати свої товари у віртуальних торгових центрах через веб-сайт, а споживачі можуть переглядати інформацію про товар у зручний для них час та місце.

Також цифрові платформи створюють здорове бізнес-конкурентне середовище, де інформація про якість і ціни продуктів, рекламні пропозиції, відгуки та коментарі клієнтів відкриті та доступні, і це змушує виробників і продавців зосереджуватися на якості своїх продуктів, цінах і послугах.

Завдяки новій практиці ведення бізнесу через цифрові платформи виробникам і продавцям потрібно підтримувати хороші стосунки з усіма сторонами, які ведуть свій бізнес через цифрові платформи, а також підтримувати хороші стосунки з клієнтами, оскільки вони надають відгуки про товари, які вони придбали через цифрові платформи. Відгуки спонукають

інших клієнтів купувати чи не купувати товар, таким чином вони впливають на обсяг продажів, а також на ділову репутацію виробників.

Отже, ділові відносини які виникають завдяки цифровій платформі безпосередньо впливають на ефективність діяльності компаній.

Застосування цифрових інструментів у процесі управління, віртуальних команд в адмініструванні та нові ділові відносини взаємодії через цифрові платформи є значними факторами впливу на ефективність діяльності підприємств малого та середнього бізнесу.

Таким чином, власникам та/або менеджерам малих і середніх підприємств необхідно розглянути застосування технологічних інструментів і підхід до цифровізації, залучаючи цифрові платформи для ведення свого бізнесу. Застосування цифрових інструментів та платформ можуть підвищити продуктивність малого та середнього бізнесу і напряду призвести до кращої ефективності. Застосування цифрових інструментів та платформ допомагає підприємствам малого та середнього бізнесу визначити вірний напрямок для покращення ефективності діяльності малих і середніх підприємств у рамках Індустрії-4.0 і тенденцій цифровізації.

Загалом підтверджено, що використання керівництвом цифрових платформ найкраще забезпечують реакцію на зміни навколишнього середовища та побудову відповідних бізнес-моделей. Наприклад, застосування технологічних інструментів у процесі управління віртуальних команд в управлінні та нових ділових відносин взаємодії через цифрові платформи є значними факторами, які впливають на ефективність діяльності підприємств малого та середнього бізнесу. Таким чином, керівництво може зосередитися на подальших інвестиціях у програмне забезпечення, пов'язане з цифровою аналітикою, формуванням віртуальних команд та розвитку веб-сайтів з продажу товарів компаній тощо.

На державному рівні має бути розроблено політику підтримки малого та середнього бізнесу для імплементації більш комплексної політики, яка зможе підтримувати реалізацію цифрової трансформації. Згідно з існуючими дослідженням, цифрові можливості в управлінні та відносинами взаємодії через цифрові платформи також є значущими факторами, які впливають на продуктивність малого та середнього бізнесу. Таким чином, у майбутньому слід враховувати наявність ефективних цифрових інструментів для встановлення ділових відносин з постачальниками та клієнтами.

Відповідно до тенденції глобалізації та цифровізації, підприємства малого та середнього бізнесу необхідно оснастити сучасними цифровими технологіями для впровадження у виробництво, адміністрування та управління, щоб відповідати змінам реального світу, де цифрова платформа є однією з бізнес-моделей ведення бізнесу.

Завдяки цифровій трансформації на підприємствах малого та середнього бізнесу існує можливість досліджувати та розширювати бізнес на глобальних ринках. Це допомагає підвищити конкурентні переваги підприємств малого та середнього бізнесу і підвищить їх продуктивність. Такий стан речей підвищує продуктивність підприємств малого та середнього бізнесу і дозволяє їм розвиватися в умовах Індустрії-4.0.

Таким чином, власники та/або керівники малих і середніх підприємств повинні стратегічно планувати цифрові стратегії як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Цифрові платформи вимагають інвестування в модернізацію технологічних інструментів на підприємствах малого та середнього бізнесу, необхідності навчати співробітників цифровим знанням і навичкам і заохочувати їх до участі у віртуальних командах і цифрових платформах.

Також оновлення та цифровізація виробництва на підприємствах малого та середнього бізнесу дозволяє конкурувати з іншими виробниками на міжнародних ринках, і це підвищує можливості досягнення міжнародного визнання та міжнародних стандартів. Це безпосередньо додає ринкової вартості підприємствам малого та середнього бізнесу і допомагає підвищити продуктивність праці працівників і результативність діяльності малих і середніх підприємств.

Висновки. Підприємства малого та середнього бізнесу є основою економічного зростання та розвитку країн. Щорічно доходи підприємств малого та середнього бізнесу складають більше третини валового внутрішнього продукту країни. Таким чином, малим і середнім підприємствам необхідно постійно зміцнювати свої сильні сторони та справлятися з сучасними змінами, щоб збільшити свої конкурентні переваги. Перш за все, це цифровий підхід і цифрова трансформація, які мають бути впроваджені на підприємствах малого та середнього бізнесу, задля їх розвитку в період глобалізації та цифровізації на тлі Індустрії-4.0.

Застосування цифрових інструментів у процесі управління та нові ділові відносини взаємодії через цифрові платформи мають значний вплив на продуктивність підприємств малого та середнього бізнесу. Власники та/або керівники малих і середніх підприємств повинні зосередити увагу на цифрових платформах, щоб глибше вивчати їх і розвинути їх для покращення загальної ефективності підприємств малого та середнього бізнесу.

З отриманих результатів встановлено, що керівництво підприємств малого та середнього бізнесу має звернути увагу на цифрові чинники підвищення їх продуктивності, щоб придбати програмне забезпечення для цифрового аналізу, комп'ютерне обладнання або залучити експертів із відповідними цифровими знаннями та навичками. Також керівництво може заохочувати співробітників відвідувати семінари та тренінги присвячені цифровій грамотності для отримання сучасних знань та навичок.

Діяльність підприємств малого та середнього бізнесу безпосередньо впливає на загальний ВВП країни. Таким чином предметом подальшого дослідження є вивчення факторів, які можуть підвищити продуктивність підприємств малого та середнього бізнесу, що є важливим при визначенні напрямів майбутнього розвитку підприємств малого та середнього бізнесу. Крім того, в рамках Індустрії-4.0. підприємств малого та середнього бізнесу повинні скористатися перевагами глобалізації та цифровізації, щоб працювати краще та досягати більших конкурентних переваг.

1. Зозуля, Р., & Струтинська, І. В. Розвиток цифрової інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва в Україні. Матеріали науково-технічної конференції „Інформаційні моделі, системи та технології“, 43-43.

2. Кіржецька, М., & Кіржецький, Ю. (2020). Особливості цифрової стратегії підприємства залежно від розміру бізнесу. Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету, 66(5), 7-15.

3. Bodenchuk, L., & Liganenko, I. (2021). МАЛИЙ І СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС ТА ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій, 1(7), 4-13.

4. Ковальчук, С. В., Ковінко, О. М., & Лісовський, І. В. (2018). Роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств. Маркетинг і цифрові технології, 2(1), 55-73.

5. Краус, К. М., & Краус, Н. М. (2021). Шерінгова економіка: цифрова трансформація підприємництва на шляху до індустрії 4.0. Ефективна економіка, (8).

6. Рачинська, Г. (2022). ЗАСАДИ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В ІНФРАСТРУКТУРІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ. Економіка та суспільство, (44).

7. Горохова, Т. (2022). СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ. Економіка та суспільство, (39).

8. Фесіна, Ю. (2021). Цифрова трансформація економіки: європейський досвід та вітчизняні перспективи. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах", 84-87.

1. Zozulia, R., & Strutyńska, I. V. Rozvytok tsyfrovoy infrastruktury pidtrymky maloho ta serednoho pidpriemnytstva v Ukraini. Materialy naukovo-tekhnichnoi konferentsii „Informatsiini modeli, systemy ta tekhnologii“, 43-43.

2. Kirzhetska, M., & Kirzhetskyi, Yu. (2020). Osoblyvosti tsyfrovoy stratehii pidpriemstva zalezno vid rozmiru biznesu. Halytskyi ekonomichnyi visnyk Ternopilskoho natsionalnogo tekhnichnogo universytetu, 66(5), 7-15.

3. Bodenchuk, L., & Liganenko, I. (2021). MALYI I SEREDNII BIZNES TA TSYFROVI PLAT-FORMY: MOZhLYVOSTI TA ZAHROZY. Yevropeyskyi naukovyi zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii, 1(7), 4-13.

4. Kovalchuk, S. V., Kovinko, O. M., & Lisovskyi, I. V. (2018). Rol tsyfrovoho marketynhu v aktyvizatsii mizhnarodnoi biznes-diialnosti pidpriemstv. Marketynh i tsyfrovi tekhnologii, 2(1), 55-73.

5. Kraus, K. M., & Kraus, N. M. (2021). Sherinhova ekonomika: tsyfrova transformatsiia pid-priemnytstva na shliakhu do industrii 4.0. Efektyvna ekonomika, (8).

6. Rachynska, H. (2022). ZASADY TSYFROVOI EKONOMIKY V INFRASTRUKTURI SUCHASNOHO BIZNESU. Ekonomika ta suspilstvo, (44).

7. Horokhova, T. (2022). STRATEHII VYKORYSTANNIA TSYFROVYKh INSTRUMENTIV U DIILNOSTI MALOHO TA SEREDNOHO BIZNESU PID ChAS EKONOMICHNOI KRYZY. Ekonomika ta suspilstvo, (39).

8. Fesina, Yu. (2021). Tsyfrova transformatsiia ekonomiky: yevropeyskyi dosvid ta vitchyzniani perspektyvy. Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii „Formuvannia mekhanizmu zmitsnennia konkurentnykh pozyttsii natsionalnykh ekonomichnykh system u hlobalnomu, rehionalnomu ta lokalnomu vymirakh“, 84-87.