

ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація: Розглянуто сучасні інструменти, які використовуються малим бізнесом для формування та реалізації цифрової стратегії в умовах розвитку цифрової економіки. Визначено основні категорії цифрових рішень, зокрема платформи для створення онлайн-присутності, CRM-системи, інструменти для цифрового маркетингу, автоматизації бізнес-процесів та онлайн-оплат. Окрема увага приділена специфіці застосування таких інструментів у малому підприємстві, з урахуванням обмежених ресурсів та високої потреби у гнучкості.

Ключові слова: цифрова стратегія, цифрова економіка, CRM, онлайн-маркетинг, цифрові інструменти, автоматизація, цифрова трансформація.

TOOLS FOR FORMING A DIGITAL STRATEGY OF SMALL BUSINESS IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

Abstract: Modern tools used by small businesses for the formation and implementation of a digital strategy in the context of the growing digital economy are examined. The main categories of digital solutions are identified, including platforms for creating online presence, CRM systems, tools for digital marketing, business process automation, and online payments. Special attention is paid to the specifics of applying such tools in small enterprises, considering limited resources and the high need for flexibility.

Keywords: digital strategy, digital economy, CRM, online marketing, digital tools, automation, digital transformation.

У сучасних умовах глобальної цифрової економіки однією з головних умов збереження конкурентоспроможності малого бізнесу є здатність швидко адаптуватися до нових цифрових викликів. Застосування цифрових інструментів більше не є опцією, а необхідністю для ефективного функціонування, зростання та виходу на нові ринки. Вони сприяють оптимізації внутрішніх процесів, розширенню каналів комунікації з клієнтами, зниженню витрат і підвищенню продуктивності. Малий бізнес, завдяки своїй гнучкості та здатності до швидкого впровадження змін, має значний потенціал для ефективного використання цифрових технологій. Однак вибір, впровадження та інтеграція відповідних інструментів потребують стратегічного підходу та розуміння специфіки функціонування малих підприємств [1].

Цифрова стратегія — це не лише впровадження нових технологій, але й глибоке переосмислення підходів до ведення бізнесу, організації процесів, взаємодії з клієнтами та побудови стратегічних переваг. Для малого бізнесу цифрові інструменти відіграють вирішальну роль у підвищенні ефективності, гнучкості та конкурентоспроможності [2]. Цифрові інструменти, що використовуються малими підприємствами, можна класифікувати за такими функціональними напрямками, які представлені у таблиці 1.

Характеристика інструментів для реалізації цифрової стратегії для малих підприємств

Категорія інструментів	Основні інструменти	Призначення
1. Присутність в інтернеті	WordPress, Shopify, Google Sites; SEO: Google Search Console, Yoast SEO, Ahrefs; Google Business Profile	Створення сайтів, SEO, локальне просування
2. Соціальні мережі та SMM	Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest; Meta Business Suite, YouTube	Просування бренду, комунікація з аудиторією, аналітика
3. Рекламні платформи	Google Ads, Meta Ads (Facebook/Instagram); Google Analytics, Facebook Pixel	Цільова реклама, залучення трафіку, аналітика
4. CRM та комунікація з клієнтами	KeepinCRM, SalesDrive, Ringostat, Binotel, Messenger, WhatsApp Viber-боти, Instagram Direct, SendPulse, Botmother, ManyChat	Управління базою клієнтів, автоматизація продажів, email-маркетинг
5. Автоматизація та хмарні сервіси	Trello, Notion, Asana; Google Workspace, Dropbox; ManyChat.	Управління проектами, командна робота
6. Онлайн-оплати та фінанси	LiqPay, WayForPay, Fondy; Finmap.	Прийом оплат, ведення фінансового обліку

Джерело: складено на основі [3, 4, 5].

Застосування цифрових інструментів в малому бізнесі забезпечує не лише ефективність на операційному рівні, але й відкриває нові можливості для масштабування. Головним викликом залишається підбір інструментів відповідно до типу бізнесу, ресурсів і потреб цільової аудиторії. Саме стратегічне впровадження цифрових рішень визначає здатність підприємства адаптуватися до мінливого середовища. У сучасних умовах цифрова трансформація виступає не лише глобальним трендом, а й необхідною умовою стійкого розвитку малого бізнесу. Застосування цифрових інструментів дозволяє малим підприємствам ефективно конкурувати, оптимізувати внутрішні процеси, посилити взаємодію з клієнтами та виходити на нові ринки з мінімальними витратами.

Підсумовуючи, найбільш необхідним для малого бізнесу є інструменти для створення цифрової присутності, соціальних мереж, реклами, CRM-систем, автоматизації, хмарних сервісів та фінансового обліку. Водночас важливо враховувати специфіку діяльності підприємства, щоб обирати найбільш відповідні інструменти. Цифрові інструменти є не лише технологічним доповненням до традиційного ведення бізнесу, а ключовим фактором стратегічного розвитку в умовах динамічного цифрового середовища. Їхнє цілеспрямоване впровадження забезпечує малому бізнесу нові можливості для зростання, інновацій та стійкості на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Решетняк О. І., Белікова Н. В., Юрченко О. К., Калашнікова К. Ю. Особливості процесів цифровізації малого та середнього бізнесу в Україні. БізнесІнформ. № 6. 2024. С. 79-93. URL : https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2024-6_0-pages-79_93.pdf
2. Кіржецька М., Кіржецький Ю. Особливості цифрової стратегії підприємства залежно від розміру бізнесу. Галицький економічний вісник. 2020. Т. 66. № 5. С. 7–15. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.05.007
3. Gong C., Ribiere V. Developing a Unified Definition of Digital Transformation. Technovation. 2021. Vol. 102. Art. 102217. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102217>
4. Becker W., Schmid O. The right digital strategy for your business: an empirical analysis of the design and implementation of digital strategies in SMEs and LSEs. Business Research. 2020. Vol. 13. P. 985–1005. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40685-020-00124-y>
5. Kraus S., Roig-Tierno N., Bouncken R. B. Digital innovation and venturing: an introduction into the digitalization of entrepreneurship. Review of Managerial Science. 2019. Vol. 13. No. 3. P. 519–528. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00333-8>

Цісар Дмитро Олександрович - аспірант групи 073-23а, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.

Smetaniuk Olena - Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of Management, Marketing, and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Tsisar Dmytro - PhD student of group 073-23a, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University.