

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-11>

УДК 658.152

Валентина СТАДНИК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-2095-3517>

e-mail: stadnyk_v_v@ukr.net

Віталій ЙОХНА

Хмельницький національний університет

e-mail: vyokhna@gmail.com

Сергій НАСКАЛЬНИЙ

Хмельницький національний університет

e-mail: Ns.armax@gmail.com

ФУНКЦІОНАЛ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Опираючись на методологічні підходи теорії підприємницького суспільства та інституціональної економічної теорії сформульовано авторське визначення терміну «підприємницьке середовище» як системи відносин між економічно активними членами суспільства, що формується під впливом формалізованих (законодавчо-правові норми) і неформальних (звичаї, традиції, менталітет) регулятивних інститутів, що визначають принципи економічної взаємодії у триаді стейкхолдерів «бізнес-держава-суспільство», урівноважуючи суспільні і приватні інтереси та окреслюють поле економічної діяльності в системі координат «знання-потреби-ресурси-безпека». Виділено проблеми функціонування малого і середнього бізнесу, що зумовлені інституційною недосконалістю вітчизняного підприємницького середовища та умови, за яких воно може стати драйвером соціально-економічного прогресу. Вказано їх інформаційну основу, яка забезпечує, по-перше, формування чіткої структури законодавчо-регламентуючої складової підприємницької діяльності, яка має містити диференційовані за часом і видами економічної діяльності економічні преференції, що відповідають інтересам суспільства та концептуально визначеним пріоритетам його розвитку; по-друге, вільний і оперативний доступ економічно активного населення до інформації, яка окреслює критеріальні параметри додаткової інституційної підтримки інноваційних бізнес-проектів у координатах «потреби-ресурси-безпека». Аргументовано, що в створенні цих умов вагому роль відіграє діджиталізація підприємницького середовища як сукупність процесів і засобів інформаційного забезпечення функціонування бізнесу. Окреслено контури та напрями розвитку мультикомпонентного функціоналу «діджиталізація» в процесах формування такого підприємницького середовища, за якого малий і середній бізнес може стати стрижнем економічної стійкості і тягловою силою України в її післявоєнному відродженні.

Ключові слова: підприємництво, економічні відносини, інформаційна домінанта успіху бізнесу, ІТ сектор, горизонтальні зв'язки, інститути колективної дії.

Valentyna STADNYK, Vitaliy YOKHNA, Serhij NASKALNYJ

Khmelnitskyi National University

THE FUNCTIONAL ROLE OF DIGITALIZATION IN THE FORMATION OF THE BUSINESS ENVIRONMENT: PERSPECTIVES AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT IN UKRAINE

Based on the methodological approaches of the theory of entrepreneurial society and institutional economic theory, the author's definition of the term "business environment" is formulated as a system of relations between economically active members of society, which is formed under the influence of formalized (legislative and legal norms) and informal (customs, traditions, mentality) regulatory institutions that determine the principles of economic interaction in the triad of stakeholders "business-state-society", balancing public and private interests and delineating the field of economic activity in the system of coordinates "knowledge-needs-resources-security". The problems of the functioning of small and medium-sized businesses caused by the institutional imperfection of the domestic business environment and the conditions under which it can become a driver of socio-economic progress are highlighted. Their information base is indicated, which ensures, firstly, the formation of a clear structure of the legislative and regulatory component of entrepreneurial activity, which should contain economic preferences differentiated by time and types of economic activity, corresponding to the interests of society and conceptually defined priorities of its development; secondly, free and prompt access of the economically active population to information that outlines the criterion parameters of additional institutional support for innovative business projects in the "needs-resources-security" coordinates. It is argued that the digitalization of the business environment plays an important role in creating these conditions - as a set of processes and means of information support for business functioning. The contours and directions of development of the multi-component functionality "digitalization" in the processes of forming such an entrepreneurial environment, under which small and medium-sized businesses can become the backbone of economic stability and the driving force of Ukraine in its post-war revival, are outlined.

Key words: entrepreneurship, economic relations, information dominant of business success, IT sector, horizontal connections, institutions of collective action.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Початок XXI тисячоліття ознаменувався стрімким розвитком інформаційних технологій, якими насичені нині усі сфери людської діяльності. Найбільш популярними професіями стали ті, що стосуються

створення й використання ІТ-продуктів. У бізнесі завдяки можливостям інформаційних технологій значно прискорилися процеси формування і опрацювання масивів даних про стан ринкової кон'юнктури, підвищився рівень достовірності отриманих результатів, а значить зросла швидкість реагування на ринкові ситуації. Управлінські рішення стали більш обґрунтованими, а їх реалізація забезпечувала більшу відповідність ринковим очікуванням. Розвиток інформаційних технологій у сферах управління соціальними процесами змінив практику роботи органів державного управління, забезпечуючи транспарентність ухвалення і реалізації рішень, що стосуються регулятивних процесів як в економіці, так і в сфері громадського правопорядку. Специфічний донедавна термін «діджиталізація», зміст якого нині зрозумілий усім, і виник як означення всеохопності інформаційними технологіями усіх сфер людського життя. Ці технології вдосконалюються, наповнюються новими елементами, спрощуючи і алгоритмізуючи не тільки процеси створення товарів і послуг, а й процеси людської взаємодії. І це становить певну загрозу для розвитку суспільства, зменшуючи потребу в людському капіталі з високим рівнем інтелекту і проактивною життєвою позицією. Прагнення реалізувати свій інтелектуальний потенціал є рушійною силою підприємництва як явища. А саме підприємництво є основою економічної конкуренції, без якої неможлива поява принципово нових продуктів інтелектуальної діяльності та їх матеріалізація у вигляді товарів і послуг і, зрештою, конкурентоспроможність країни та її економічне зростання. Для України, економіка якої в умовах війни зазнала величезних втрат, підприємництво (особливо у його малих організаційних формах) є основою виживання. Власне, забезпечення економічного виживання України можна назвати місією підприємництва як явища. І в реалізації цієї місії вагому роль відіграє діджиталізація підприємницького середовища як сукупності процесів і засобів інформаційного забезпечення бізнес-процесів (особливо тих, що пов'язані зі створенням і комерціалізацією інновацій). Важливо, щоб ці процеси були найбільш ефективними. Комплексність, багатофакторність і взаємообумовленість завдань, пов'язаних із розвитком та використанням засобів і технологій роботи з інформацією у підприємницькому середовищі є очевидною, що й визначає актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної проблеми

Проблеми управління розвитком підприємництва як невід'ємного і важливого елемента ринкової економіки є були і є предметом наукового інтересу багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. І це логічно, адже саме підприємці класично вважаються інноваторами – вони прагнуть економічної результативності бізнесу, конкуруючи із великими компаніями. Це акцентується П. Друкером у його теорії підприємницького суспільства та інноваційної економіки [1; 2], знаходить відображення у концепції Й. Кірцнера [3], роботах Л. фон Мізеса [4], Ф. Хайєка [5] та інших зарубіжних вчених, які зробили найбільший внесок у становлення теорії підприємництва, підкреслюючи передусім його (підприємництва) інноваційний характер. Важливим висновком їх досліджень є те, що інноваційний характер підприємництва і його успіх безпосередньо залежить від здатності працювати з інформацією. Власне, П. Друкер в основу своєї теорії підприємницького суспільства поклав уявлення про інформаційне суспільство, яке характеризується постійними змінами. Він підкреслював, що в «... періоди докорінних структурних перетворень виживають тільки лідери змін – ті, хто вловлюють новітні тенденції і миттєво пристосовуються до них, використовуючи собі на благо можливості, що відкриваються» [2, с.87]. Л. фон Мізес, трактуючи сутність підприємницької діяльності як діяльності людської (концепція *homo agens* – людина діюча) зазначав, що рішення підприємців не є наслідком простого механічного підрахунку для визначення максимально ефективної (з погляду досягнення економічного інтересу) альтернативи ресурсовикористання за встановлених цілей. Ухвалюючи рішення, підприємець керується *власним сприйняттям* (виділено нами – автори) ситуації, з огляду на що й визначає пріоритети своєї діяльності і обирає засоби для їх досягнення [4]. І від того, наскільки релевантною, достовірною і повною буде інформація, яка описує конкретну ситуацію, настільки ближчим до реальності буде її сприйняття підприємцем. Цей зв'язок підприємництва з інформацією найкраще показано у роботі Ф. Хайєка [5], де вказується на характерну ознаку підприємця – його здатність скористатися «інформаційною асиметрією» для генерування нової бізнес-ідеї і її матеріалізації.

З розвитком інформаційних технологій цей зв'язок став ще більше очевидним. У підприємстві він використовується не тільки для виявлення «прогалів» у попиту і розвитку пропозиції, а й для прямого впливу на формування попиту (інструменти *direct-marketing*), що дає змогу розвивати й масштабувати бізнес. Практичний інструментарій для урізноманітнення такого впливу напрацьовується маркетологами у всьому світі, в тому числі й в Україні [6–8]. Однак в цих та подібних напрацюваннях «інформаційна асиметрія» розглядається переважно в контексті ринкової кон'юнктури і динаміки ринкових процесів. І це логічно з погляду самої ідеї підприємництва як новаторства в бізнесі, яке уможливорює появу на ринку нового економічного гравця, що має потенцію до зростання. Проте не менш важливо перетворити потенційно привабливу ідею в реальну й економічно прибуткову бізнес-модель, що потребує набагато ширшого спектру інформації. І не тільки для налагодження виробничих і логістичних процесів, а й для інституційного закріплення бізнесу в економічному просторі країни.

На значущість впливу інституційних чинників на темпи і можливості економічного розвитку суспільств і економік вказують багато науковців, які займаються аналізом дієвості інструментів державного

регулятивного впливу на соціально-розвиток. Та особливого значення нині набувають ті дослідження, в яких аналізуються особливості інституційного середовища країн, що надають обмежений доступ до ресурсів окремим учасникам (через певні преференції, які дають змогу максимізувати економічний результат з наступним його перерозподілом між іншими стейкхолдерами) і тих країн, де цей доступ відкритий для усього підприємницького загалу (через створення однакових для всіх правил економічної діяльності). Це насамперед роботи Д. Аджемоглу і Дж. Робінсона [9], Д. Норта, Б. Вайнгеста і Дж. Волліс [10], а також їх послідовників, які екстраполюють зроблені цими науковцями загальні висновки у сферу часткових взаємозалежностей [11–14]. Частково ці питання розглядалися і нами у попередніх дослідженнях [15; 16]. Актуальність досліджень у цьому напрямі набула особливої гостроти в Україні, яка вимушена наразі радикально переосмислювати структуру відносин між державою і підприємцями – для виживання, а відтак відновлення й розвитку економіки після завершення війни.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Аналіз існуючого наукового доробку у сфері управління розвитком підприємництва в країнах, що прагнуть зберегти/посилити своє місце у глобальному розподілі праці показав, що недостатньо дослідженими є питання впливу інституційної складової підприємницького середовища на структуру й напрями підприємницької активності. З урахуванням того, що в Україні економіка все ще інституційно не відагладжена і містить у своїй формалізованій законодавством частині квазіринкові елементи, які перманентно змінюються з урахуванням тактичних пріоритетів владних структур (і тим більше – сучасної воєнно-політичної ситуації) інституційне закріплення нового бізнесу відбувається зі значними труднощами. Усе це не дає змоги достатньо чітко структурувати середовище підприємницької діяльності за правилами економічної взаємодії і звужує поле підприємницької ініціативи, зменшуючи потенціал розвитку економіки як національної, так і економіки регіонів. Авторська позиція полягає в тому, що вирішення цих питань потребує цілеспрямованих зусиль для підвищення рівня інклюзивності підприємницького середовища, зокрема – через позиціонування у цьому процесі функціоналу «діджиталізація».

Формулювання цілей статті

Опираючись на методологічні підходи теорії підприємницького суспільства та інституціональної економічної теорії подати сутнісне наповнення дефініції «підприємницьке середовище» в координатах «структура-відносини», охарактеризувати з цих позицій його вплив на потенційну результативність підприємницького сектору і співвіднести це із реаліями України, виокремити умови розвитку вітчизняного підприємницького середовища, за яких малий і середній бізнес може стати стрижнем економічної стійкості і тягловою силою України в її післявоєнному відродженні і окреслити контури та напрями розвитку мультикомпонентного функціоналу «діджиталізація» в процесах формування такого підприємницького середовища, яке здатне забезпечити реалізацію цієї місії.

Вклад основного матеріалу

Аналізуючи динаміку економічного зростання різних країн і зіставляючи її із управлінською практикою (у сукупності методів та інструментів, що взаємопов'язані певним інституційним концептом), науковці стверджують, що динамічний розвиток у розвинених країнах став результатом створення більш сприятливих інституційних умов для діяльності підприємств корпоративного сектору. Саме їх зростання дало змогу топ-менеджменту акумулювати необхідні фінансові ресурси для створення/залучення нових знань та ефективного їх використання у нових бізнес-процесах для подальшого розвитку бізнесу – і це сприяло прискоренню темпів НТП і динамічному соціально-економічному розвитку усієї країни [17]. І на сьогодні корпоративний сектор відіграє провідну роль у формуванні ВВП більшості країн світу, задовольняючи основну масу людських потреб і домінуючи на глобальних ринках. Водночас малий та середній бізнес в кожній країні також знаходить свою ринкову нішу і робить істотний внесок у виробництво суспільних благ (за деякими даними, в країнах ЄС він створює 67% робочих місць і забезпечує до 40-80% ВВП) [18]. Такий значний відсоток внеску МСБ у загальні економічні результати розвинених країн вказує на те, що для його функціонування також створено сприятливі умови, формалізовані у вигляді законів та інших правових норм. Тобто, причинами успіху розвинених держав є збалансоване поєднання загальних правил економічної діяльності, які забезпечують рівні умови для ринкового співіснування усіх суб'єктів ринку, та певних преференцій для окремих його учасників (чи секторів), які виконують соціально важливу функцію. Таким сектором і є підприємництво. Виступаючи, з одного боку, в ролі інноватора, воно дає поштовх розвитку нових суспільних потреб, а з іншого – займає ту продуктову нішу, яка є невідомою для великого бізнесу. В обох випадках створюються робочі місця і забезпечується пропозиція продуктів, що мають споживчу цінність. І те, й інше має суспільну цінність, тому регулюється державою – у вигляді сукупності певних інструментів інституційного характеру, які підтримують розвиток малоформатних за масштабами діяльності підприємницьких структур. Ці інструменти мають свою специфіку в кожній країні з огляду на ті стратегічні цілі, які визначаються урядом та ресурсні характеристики національних економік. Водночас важливо бачити спільне у формуванні регулятивного механізму, елементами якого вони є – «спрямованість

на те, щоб використання інструментів і важелів державної економічної політики давали змогу підвищувати здатність національних економік конкурувати на світових ринках» [19].

Законодавчо закріплені інституційні переваги для суб'єктів МСБ передусім зумовлені логікою розвитку соціально-економічних систем, яка є невіддільною частиною загальної еволюції видів, проте має свої особливості. У природі в конкуренції немає місця слабким – перемагає сильніший, залишаючи своїм нащадкам кращий генетичний матеріал. У суспільних відносинах виживали ті формації, які краще інших вибудовували відносини взаємодопомоги між учасниками, що давало змогу виживати й слабшим, урізноманітнюючи генетичний матеріал спільноти новими елементами, а не лише тими, що формують силу і агресію.

Цю картину еволюції можна перенести і в сучасні економічні відносини, однак закони природного відбору в них поступаються місцем регулятивному впливу держави. Її інститути створюють поле економічної взаємодії, в якому підтримується як спадковість (масштабування і реплікація успішних практик ведення бізнесу), так і мінливість (створення нових практик). Останнє відбувається саме в підприємницькому середовищі, важливою місією якого (з позицій суспільних інтересів) можна назвати створення нового. Водночас рушійною силою інновацій виступає економічний інтерес підприємців, який спонукає їх вступати у конкурентну боротьбу із іншими. Підтвердження цього можна бачити у Й. Кірцнера, який підкреслює, що конкуренція формує інтерес проявляти «підприємницьку пильність», завдяки якій можна суттєво поліпшити ступінь задоволення потреб споживачів [3, с.236]. Називаючи підприємця «реагуючим елементом», він зауважував: «Я уявляю підприємця не як джерело новацій «з нічого», а як суб'єкта, пильного до можливостей, які вже існують і чекають того, щоб їх помітили» [3, с.80]. Ця «пильність до можливостей» ґрунтується на здатності підприємця побачити у навколишньому середовищі те, що не бачать інші, і що може слугувати основою для створення чи розвитку бізнесу. Й. Кірцнер пропонував розглядати ринковий процес як наслідок «початкової ринкової необізнаності його учасників, породженої суб'єктивізмом і розсіяністю інформації» [3, с.20-21].

Важливість інформаційної складової успіху бізнесу підкреслюється й іншими творцями теорії підприємництва. Так, Л. фон Мізес характеризував підприємця як людину, «дії якої орієнтуються на отримання ринкової інформації» [4, с.240]. Ф. Хайек, розглядаючи ринок як глобальну інформаційну систему, що містить величезне «неявне, розсіяне знання» про потреби і виробничі можливості людей, «механізм, що поширює інформацію», наголошував, що прагнення підприємців максимізувати прибуток спонукає їх без усякого примусу відбирати із існуючого масиву знань ті, що дають їм змогу отримати кращий результат [5, с.95-96].

У сучасному економічному просторі інформація стала ключовим чинником формування конкурентних переваг і розробка технологій її пошуку, систематизації, аналізу та використання стали окремою сферою економічної діяльності. Та в роботі Ф. Хайєка є ще один висновок, який важливий саме в контексті розуміння сутності підприємництва. Він стверджував, що ринкова економіка розвивається за своєю внутрішньою логікою, яка виникає *внаслідок спонтанної взаємодії людей, що працюють одне для одного*. Ця взаємодія породжує певні практичні знання, які формують правила виробничої та інших видів діяльності, водночас даючи змогу людям експериментувати, ризикувати, домагатися кращих результатів завдяки створенню нового знання, забезпечуючи тим самим поступальний розвиток суспільства [5, с.95-96].

Наведене вище дає нам підстави сформулювати своє бачення сутності дефініції «підприємницьке середовище». Вважаємо правомірним розглядати його як систему взаємовідносин між економічно активними членами суспільства, яка формується під впливом формалізованих (законодавчо-правові норми) і неформальних (звичаї, традиції, менталітет) регулятивних інститутів, що визначають принципи економічної взаємодії у тріаді стейкхолдерів «бізнес-державо-суспільство», урівноважуючи суспільні і приватні інтереси та окреслюють поле економічної діяльності в системі координат «знання-потреби-ресурси-безпека».

Із цього визначення випливає наступне: підприємницьке середовище буде драйвером соціально-економічного прогресу, якщо:

- його законодавчо-регламентуюча складова буде містити диференційовані за часом і видами економічної діяльності економічні переваги, що відповідають інтересам суспільства та концептуально визначеним пріоритетам його розвитку;

- економічно активне населення буде впевнене у транспарентності і правомірності регулятивних актів у сфері економічної взаємодії суб'єктів підприємництва і матиме доступ до інформації, яка окреслює критеріальні параметри додаткової інституційної підтримки інноваційних бізнес-проектів у координатах «потреби-ресурси-безпека».

В обох випадках ключовою ланкою, яка визначатиме успіх/невдачі підприємництва, є достовірні, актуальні та релевантні інформації, яка слугуватиме підставою для прийняття рішень – і щодо виду підприємницької діяльності та форми організації бізнесу (економічна привабливість яких може змінюватись зі зміною законодавчого поля підприємницької діяльності), і щодо формування мережі партнерів для реалізації спроектованих бізнес-процесів. І, як справедливо зауважують І. Струтинська із співавторами, саме інформаційна складова розвитку підприємницьких проектів втілюється у функціоналах діджиталізації підприємницького середовища. Упровадження цифрової економіки в Україні «глобалізує» малий та

середній бізнес, відкриваючи нові перспективи для розвитку. Українські компанії можуть інтегруватися до міжнародних мереж доданої вартості, нарощувати обсяги експорту та виробництва продукції, покращувати якість товарів та послуг, моментально реагувати на потреби ринку, ставати більш конкурентоспроможними [20].

Успішний досвід таких країн як Швеція, Ірландія, Південна Корея, Ізраїль показує, що ефект від комплексної цифровізації економіки країни становить до 20% ВВП за п'ять років. Тому й в Україні державою зроблено багато результативних кроків, спрямованих на підвищення рівня розвитку цифрової економіки. Прогнозований вплив цифровізації на розвиток економіки України в перспективі 2030 р. надано в табл. 1.

Таблиця 1

Показники цифровізації економіки та частка цифрової економіки у ВВП України (прогноз)

Показник	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Внутрішній ринок споживання ІКТ, млрд. дол.	2,0	2,5	3,0	4,5	6,0	8,0	10,0	12,0	14,0	16,0
Вплив на ВВП, % зростання	+0,5	+1	+2,0	+3,5	+4,5	+6,0	+7,5	+9,0	+11,0	+14,0
Частка цифрової економіки у загальному ВВП, %	3%	5%	8%	11%	15%	20%	28%	40%	52%	65%

Джерело: складено і структуровано на основі [21-23]

Однак дорожні карти цифрової трансформації чи плани стратегічного розвитку (як правило, IT-стратегії) в Україні здебільшого існують тільки на рівні окремих великих підприємств. На фоні загального захоплення цифровими технологіями існує значний розрив між їх можливостями та використанням для розвитку малого та середнього бізнесу. Навіть більшість великих компаній, не кажучи вже про невеликі фірми поки не мають чіткого бачення процесу та якісних прикладів переходу в «цифру» на ринку. Серед головних перешкод «цифровізації» називають: відсутність людей з правильними компетенціями в компанії (55%), фінансові витрати, що будуть більшими, ніж ефект впровадження (32%), не готовність до зміни бізнес-моделі (27%), відсутність розуміння як виконати цифрову трансформацію поетапно (23%), відсутність інвестицій (18%) та інші [23]. Водночас під таким переходом найчастіше розуміють використання IT для роботи з ринком (зокрема, маркетингові технології дослідження споживчих переваг, технології таргетування ринку, CRM, прямого маркетингу тощо [24]). Такий інструментарій найбільш поширений в практиці діяльності великих компаній. І український сектор IT значну частину своїх продуктів розробляє на замовлення саме великого бізнесу – транснаціональних компаній. Можливо тому, незважаючи на просто катастрофічне зниження загальної ділової активності в Україні через війну, в секторі IT-послуг економічна динаміка залишається позитивною. Так, за даними ресурсу opendatobot.ua, в I півріччі 2022 р. виручка від реалізації на експорт послуг IT склала 3,7 млрд дол. США, що склало 54% від річного експорту цих послуг у 2021 р. (6,9 млрд дол. США).

Проте, створення IT продуктів для великих фірм не є основним функціоналом діджиталізації як явища. На нашу думку, найбільшу користь діджиталізація може принести саме у сфері підприємництва – якщо реалізувати повною мірою її функціонал. Ще свого часу Й. Кірцнер вважав найбільш актуальною проблемою для підприємництва «підвищення рівня обізнаності кожного учасника ринку про можливості взаємовигідного обміну» [3, с.214-215]. І якщо в оцінці локальних ринкових потреб та ресурсів підприємств може розраховувати на свої найближчі горизонтальні зв'язки (які забезпечують здатність створювати і підтримувати взаємовигідну співпрацю із партнерами [24-26]), то для виходу на інші ринки, а тим більше – для формування інноваційно-технологічної складової інноваційних бізнес-процесів важливо мати доступ до новітніх знань. І саме такої інформації часто бракує підприємцям, які для ухвалення рішень потребують порівняльної оцінки альтернативних варіантів (а в оригінальній техніко-технологічній документації інформація є вузькоспеціалізованою і без зазначення порівняльних переваг). Інформаційне забезпечення такої оцінки, яке гарантує обґрунтованість наступного вибору, у сучасному вузькоспеціалізованому економічному просторі покладається на *інститути колективної дії*, наприклад, центри трансферу технологій, інноваційні бізнес-центри тощо. У розвинених країнах вони слугують точками акумулювання та поширення нових технологій і нових знань у режимі реального часу, що й забезпечує проактивну діяльність підприємця-інноватора.

Це важливо для України, мале підприємництво якої більшою мірою зосереджено у сфері торгівлі. За даними офіційної статистики – це близько 60% малих підприємницьких структур і підприємств, що працюють у статусі ФОП [27]. За цих умов, звичайно, ні про яку інноваційну наповненість сектору МСБ говорити не доводиться. Та без переорієнтації підприємців у сферу промислового виробництва, зокрема, використовуючи новітні технології переробки сільськогосподарської продукції, країні буде дуже складно відновити нормальне життя. А такі технології потребують нових знань, нових компетенцій, в тому числі й тих, що забезпечать успішне позиціонування продукції вітчизняних виробників на ринках ЄС та інших зарубіжних країн. Це передбачає цілеспрямовану інноваційну діяльність у тому напрямі, в якому підприємство має сильні позиції для створення довготривалих конкурентних переваг. Водночас така

діяльність має готувати організаційне або технологічне підґрунтя для формування нових конкурентних переваг, які можуть бути реалізовані в стратегічному періоді. Необхідно наповнювати бізнес-плани новими рішеннями для роботи з ринком, вибудовувати нову бізнес-модель господарювання, використовуючи переваги мережевого співробітництва із партнерами. Для цього необхідно максимально використовувати потенціал нових знань. А їх накопичення у вигляді мережевого «знанневого капіталу» покращуватиме можливість малих підприємств рекомбінувати ресурси і процеси, розвивати споживчі властивості товарів, ефективно впливати на поведінку споживачів.

На жаль, поки що процеси «діджиталізації», які активно розвиваються в межах ініційованих чи підтримуваних державою ІТ-проектів, функціонально стосуються лише взаємодії держави із бізнес-середовищем. Не применшуючи значення цих відносин, які завдяки переходу у «цифровий формат» стають більш прозорими, все ж важливо розвивати й системи інформаційного забезпечення трансферу нових технологій чи доступу до нових знань для потреб підприємницького середовища. Саме тому, одним із важливих завдань підприємницької спільноти є ініціювання створення цифрової платформи для малого та середнього бізнесу, яка б давала змогу підприємцям оцінити рівень цифрового розвитку їх організацій та спроектувати «дорожню карту» для реалізації потреб підвищення рівня цифровізації бізнесу як невід'ємної складової сучасних бізнес-процесів, насичених численними логістичними зв'язками та інтегрованих у світовий економічний простір.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Формування науково-методичного інструментарію управління розвитком підприємницького сектору є актуальним завданням для України. Зважаючи на те, що внаслідок війни багато підприємств, які склали економічну потугу вітчизняної економіки зазнали катастрофічних руйнувань і відновлення їх діяльності не може бути здійснено найближчим часом, їх місце у задоволенні базових суспільних потреб має зайняти малий та середній бізнес. І в реалізації цього завдання вагомим чинником буде роль відіграє діджиталізація підприємницького середовища як сукупності процесів і засобів інформаційного забезпечення бізнес-процесів (особливо тих, що пов'язані зі створенням і комерціалізацією інновацій).

У статті наведено авторську позицію щодо сутності підприємницького середовища як системи відносин між економічно активними членами суспільства, яка формується під впливом формалізованих (законодавчо-правові норми) і неформальних (звичаї, традиції, менталітет) регулятивних інститутів, що визначають принципи економічної взаємодії у тріаді стейкхолдерів «бізнес-держава-суспільство», урівноважуючи суспільні і приватні інтереси та окреслюють поле економічної діяльності в системі координат «знання-потреби-ресурси-безпека». Виходячи з цього визначення окреслено контури та напрями розвитку мультикомпонентного функціоналу «діджиталізація» в процесах формування такого підприємницького середовища, за якого малий і середній бізнес може стати стрижнем економічної стійкості і тяговою силою України в її післявоєнному відродженні. Розробку організаційних умов для реалізації цього функціоналу і визначено предметом подальших розвідок у цьому напрямі.

Література

1. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво ; пер. з англ. В. С. Гуля. Київ : Україна, 1994. 319 с.
2. Друкер П. Виклики для менеджменту XXI століття. Київ : КМ-БУКС, 2020. 240 с.
3. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство ; пер. с англ. ; под ред. А.Н. Романова. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 239 с.
4. Мизес Л. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. Москва : ОАО НПО Экономика, 2000. 318 с.
5. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. Москва : Изограф, 2000. 256 с.
6. Полях С. Сутність, інструменти та методи digital-маркетингу у сучасному бізнесі. Стратегія економічного розвитку України. 2020. Вип. 46. С. 53–63.
7. Стадник В.В., Гризовська Л.О., Гаджук М.О. Ресурсна синергія мережевого співробітництва підприємницьких структур: чинники і умови досягнення. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 2, т. 1. С. 189–194.
8. Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. Бізнес Інформ. 2020. № 4.
9. Acemoglu, D. & Robinson, J. A. Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty. New York: Crown Business, 2012.
10. Норт Д., Вайнгест Б., Волліс Дж. Насильство та суспільні порядки: монографія. Київ : «Наш формат», «Незалежний культурологічний журнал «І», 2017.
11. Cortinovis N., Xiao J., Boschma R., van Oort, F. Quality of government and social capital as drivers of regional diversification in Europe. Journal of Economic Geography, 2017. 17(6), 1179–1208.
12. Ito Asei. Accelerating Pace of Innovation in China and Japan's Emerging Response, 2018. Apr 30. URL: <https://www.nippon.com/en/currents/d00403/>.

13. Бобух І., Герасимова О. Інклюзивні та екстрактивні інститути: Україна на перехресті структурних змін. *Економіст*. 2019, № 4. С. 26–34.
14. Зварич І., Зварич О. Інституційні засади економічного розвитку регіонів України у світлі формування інноваційних систем. *Підприємництво та інновації*, 2021. Вип. 16. С. 26-31. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/16.4>
15. Stadnyk V., Sokoliuk G., Goncharuk A., Matviets O. Institutional factors of competitiveness and development of the national economy. *Advances in economics, business and management research*. 2019. Vol. 99. Pp. 376–380. <https://doi.org/10.2991/mdsmes-19.2019.71>.
16. Стадник В.В., Соколюк Г.О., Хомич Л.В. Домінанти інституційного середовища і особливості структурної динаміки економіки України. *Економічний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. 2020. Вип. 47. С. 136–146.
17. Пороховский А.А. Корпоративный облик Америки: тенденции обновления. США и Канада: экономика, политика, культура. 2005. № 2. С. 4-12.
18. Audretsch D., van der Horst R., Kwaak T., Thurik R. Annual report on EU Small and Medium-Sized Enterprises. URL: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2008/>.
19. Стадник В.В., Мукомела-Михалець В.О. Підприємницькі структури промислового сектору економіки України: стан і перспективи розвитку в умовах глобалізації. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 4. С. 93–99.
20. Strutyńska I., Kozbur H., Dmytrotska L., Bodnarchuk I., Hlado O. Small and Medium Business Structures Clustering Method Based on Their Digital Maturity. *Problems of Infocommunications. Science and Technology*, 2019. p. 278-282. DOI: 10.1109/PICST47496.2019.9061464/
21. Digital Transformation Strategy Roadmap. URL: <https://www.jibility.com/digital-transformation-strategy-roadmap/>
22. Цифрова адженда України – 2020. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>
23. Готовність до цифрової трансформації: виклики та можливості для українського бізнесу та суспільства. URL: <https://www.imena.ua/blog/digitaltransformation-readiness/>
24. Holovchuk J., Stadnyk V. Marketing resources and technologies for innovative potential of industrial enterprise. *International Journal of Economics and Society*. 2017. Vol. 2. Iss. 9. P. 39–45.
25. Мельниченко Д.О. Інформаційний маркетинг у прогнозуванні появи нових технологій. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2020. Т. 19, вип. 1. С. 270–281.
26. Стадник В.В., Головчук Ю.О. Управління інноваціями на основі розвитку партнерських відносин підприємства : монографія. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня «Рута», 2020. 232 с.
27. Огляд економічної активності (підсумки 2021 року). URL: me.gov.ua (дата звернення 12.07.2022)

References

1. Druker P. Yak zabezpechyty uspih u biznesi: novatorstvo i pidpriemnytstvo ; per. z anhl. V. S. Hulia. Kyiv : Ukraina, 1994. 319 s.
2. Druker P. Vyklyky dlia menedzhmentu XXI stolittia. Kyiv : KM-BUKS, 2020. 240 s.
3. Kirener I. Konkurencija i predprinimatel'stvo ; per. s angl. ; pod red. A.N. Romanova. Moskva : JuNITI-DANA, 2001. 239 s.
4. Mizes L. Chelovecheskaja dejatel'nost': Traktat po jekonomicheskoj teorii. Moskva : OAO NPO Jekonomika, 2000. 318 s.
5. Hajek F.A. Individualizm i jekonomicheskij porjadok. Moskva : Izograf, 2000. 256 s.
6. Poliakh S. Sutnist, instrumenty ta metody digital-marketynhu u suchasnomu biznesi. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*. 2020. Vyp. 46. S. 53–63.
7. Stadnyk V.V., Hryzovska L.O., Hadzhuk M.O. Resursna synerhiia merezhevoho spivrobotnytstva pidpriemnytskykh struktur: chynnyky i umovy dosiahnennia. *Herald of Khmelnytskyi National University*. 2022. № 2, t. 1. S. 189–194.
8. Holovchuk Yu.O., Serebnytska L.P. Intehratsiia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii u systemu pidvyshchennia yakosti spivpratsi pidpriemstv zi spozhyvachamy. *Biznes Inform*. 2020. № 4.
9. Acemoglu, D. & Robinson, J. A. Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty. New York: Crown Business, 2012.
10. Nort D., Vainhest B., Vollis Dzh. Nasylstvo ta suspilni poriadky: monohrafiia. Kyiv : «Nash format», «Nezaleznyi kulturolohichniy zhurnal «D», 2017.
11. Cortinovis N., Xiao J., Boschma R., van Oort, F. Quality of government and social capital as drivers of regional diversification in Europe. *Journal of Economic Geography*, 2017. 17(6), 1179–1208.
12. Ito Asei. Accelerating Pace of Innovation in China and Japans Emerging Response, 2018. Apr 30. URL: <https://www.nippon.com/en/currents/d00403/>.
13. Bobukh I., Herasymova O. Inkliuzyvni ta ekstraktyvni instytuty: Ukraina na perekhresti strukturnykh zmin. *Ekonomist*. 2019, № 4. S. 26–34.
14. Zvarych I., Zvorych O. Instytutsiini zasady ekonomichnoho rozvytku rehioniv Ukrainy u svitli formuvannia innovatsiinykh system. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, 2021. Vyp. 16. S. 26-31. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/16.4>
15. Stadnyk V., Sokoliuk G., Goncharuk A., Matviets O. Institutional factors of competitiveness and development of the national economy. *Advances in economics, business and management research*. 2019. Vol. 99. Pp. 376–380. <https://doi.org/10.2991/mdsmes-19.2019.71>.
16. Stadnyk V.V., Sokoliuk H.O., Khomych L.V. Dominanty instytutsiinoho sredovyshcha i osoblyvosti strukturnoi dynamiky ekonomiky Ukrainy. *Ekonomichnyi visnyk DVNZ «Pereiaslav-Khmelnytskyi derzhavnyi pedahohichniy universytet imeni Hryhoriia Skovorody»*. 2020. Vyp. 47. S. 136–146.
17. Porohovskij A.A. Korporativnyj oblik Ameriki: tendencii obnovenija. SSHA i Kanada: jekonomika, politika, kul'tura. 2005. № 2. S. 4-12.
18. Audretsch D., van der Horst R., Kwaak T., Thurik R. Annual report on EU Small and Medium-Sized Enterprises. URL:

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2008/>.

19. Stadnyk V.V., Mukomela-Mykhalets V.O. Pidpriemnytski struktury promysloвого sektoru ekonomiky Ukrainy: stan i perspektyvy rozvytku v umovakh hlobalizatsii. Herald of Khmelnytskyi National University. 2017. № 4. S. 93–99.

20. Strutynska I., Kozbur H., Dmytrotsa L., Bodnarchuk I., Hlado O. Small and Medium Business Structures Clustering Method Based on Their Digital Maturity. Problems of Infocommunications. Science and Technology, 2019. r. 278-282. DOI: 10.1109/PICST47496.2019.9061464/

21. Digital Transformation Strategy Roadmap. URL: <https://www.jbibility.com/digital-transformation-strategy-roadmap/>

22. Tsyfrova adzhenda Ukrainy – 2020. URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>

23. Hotovnist do tsyfrovoy transformatsii: vyklyky ta mozhlyvosti dlia ukrainskoho biznesu ta suspilstva. URL: <https://www.imena.ua/blog/digitaltransformation-readiness/>

24. Holovchuk J., Stadnyk V. Marketing resources and technologies for innovative potential of industrial enterprise. International Journal of Economics and Society. 2017. Vol. 2. Iss. 9. P. 39–45.

25. Melnychenko D.O. Informatsiyni marketynh u prohnozuvanni poiavy novykh tekhnolohii. Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia. 2020. T. 19, vyp. 1. S. 270–281.

26. Stadnyk V.V., Holovchuk Yu.O. Upravlinnia innovatsiiamy na osnovi rozvytku partnerskykh vidnosyn pidpriemstva : monohrafiia. Kamianets-Podilskyi : TOV «Drukarnia «Ruta», 2020. 232 s.

27. Ohliad ekonomichnoi aktyvnosti (pidsumky 2021 roku). URL: me.gov.ua (data zvernennia 12.07.2022)