

Наталія Василівна НАМЛІЄВА

к.е.н., доцент кафедри, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0122-6100>
e-mail: nnamlieva5@gmail.com

Надія Вікторівна ГРИЩУК

к.е.н., викладач, Вінницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3960-7841>
e-mail: nadiia.hryshchuk.@gmail.com

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ – ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПЕРЕОРІЄНТАЦІЇ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах нестабільної економіки, всезростаючої конкуренції та швидкоплинного розвитку інноваційного підприємництва в Україні мегаважливим є впровадження й застосування діджиталізації як надійного інструменту переорієнтації та збереження конкурентного статусу підприємства. Перехід у цифрове середовище на сьогодні є не лише трендовими ознаками в системі управління підприємством, а й дієвим інструментом переорієнтації збереження його конкурентного статусу. Доведено, що діджиталізація є революційним напрямом інформаційних технологій, що встановлює конкурентні переваги підприємств й її покликано розширювати можливості комунікації фінансових інституцій та створювати умови для підтримки бізнесу в умовах сьогодення.

Ключові слова: діджиталізація, цифровізація, конкуренція, конкурентоспроможність, оптимізація, конкурентне середовище, on line-платформа.

ВСТУП

Всеохоплююче впровадження сучасних технологій, процеси автоматизації, перехід у цифрове середовище нині є не лише трендовими ознаками в системі управління підприємством, що рухаються у ногу з часом, але й їх суттєвою конкурентною перевагою. В умовах конкурентного середовища вийти на ринок і бути конкурентоздатним стає дедалі складніше. Складність зумовлено браком технологій, обмеженням спеціалістів, першопочатковими витратами, відсутністю каналів дистрибуції, необхідністю отримати ліцензію тощо. За таких умов слід концентрувати увагу на діджиталізації, напрямках цифровізації, постійному пошуку нових можливостей посилення конкурентної позиції які на часі й є найбільш актуальними в збереженні конкурентного статусу підприємства.

Дослідження питань конкуренції й збереження конкурентного статусу є напрямом наукових досліджень відомих представників класичної політекономії А. Сміта та Д. Рікардо, зарубіжних науковців М.Портера, К. Макконнелла і С. Брю; багато наукових доробків вітчизняних вчених О. Гудзь, О. Шевченко, А. Гальчинського та ін. науковців, які досліджують діджиталізацію, напрями цифровізації, постійно в пошуку нових можливостей в системі управління підприємством. Водночас слід відмітити не досить повне висвітлення цієї проблематики у вітчизняній науковій літературі, що зумовлює необхідність наших подальших досліджень та уточнень і обумовлює необхідність детального вивчення і систематизації.

МЕТА дослідження – вивчення дефініцій, які є напрямом наукових розвідок відомих представників класичної політекономії та сучасних вітчизняних науковців, сутності формування цифрової стратегії, її трансформації, оновлення та модернізації, що дає їм змогу швидко реагувати на нові бізнесові потреби, узагальнено види бізнесової діяльності, що формують нову якість економічних відносин, і є трендовим для підвищення конку-

рентоспроможності підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У дослідженні застосовано комплекс наукових методів: логічний аналіз та синтез, а також порівняльний та метод узагальнення, які слугували для вивчення питань діджиталізації як революційного напрямку інформаційних технологій (ІТ), що встановлює конкурентні переваги підприємств та є дієвим інструментом в збереженні їх конкурентного статусу в умовах нестабільної економіки.

РЕЗУЛЬТАТИ

Передусім з'ясуємо сутність дефініцій як мегаватливих інструментів в системі управління підприємством за сучасних реалій економічного розвитку.

Отже, діджиталізація – це використання цифрових технологій для зміни бізнес-моделі та створення нових можливостей в системі управління підприємством для отримання прибутку. Цифровізація – це передусім оптимізація бізнес-процесів підприємства, новий шлях комунікативної співпраці з постачальниками чи підрядниками, вдосконалення певного продукту, зміна методів оброблення та зберігання даних тощо. Досліджуючи питання, погодимось із вдалими висвітленням цієї проблематики із розвідками О. Шевченко, де акцентовано, що за цифровізацією стоїть майбутнє як світового, так і українського бізнесу. Під час пандемії та війни для більшості компаній України – це був єдиний шлях зберегти стійкість і продовжити розвиватися. Саме діджиталізація робить бізнес конкурентоспроможним на ринку. З часом цифрова трансформація проникне у всі сфери економіки і підприємці мають реагувати на ці зміни. Цей процес допоможе оптимізувати як основні бізнес-процеси, так і допоміжні з керуючими, а для України – це вирішить ключові проблеми у воєнних умовах [13]. Варто зазначити, що діджиталізація неможлива без оцифрування – перетворення інформації з аналогового

формату в цифровий. Цей процес більш зосереджено на внутрішній оптимізації процесів: автоматизація роботи та мінімізація паперу, тоді як digitalization виходить далеко за вказані рамки. Цифрова трансформація стосується набагато ширшого застосування цифрових технологій та культурних змін. Це йдеться про людський капітал, адже вимагає значних змін в організації, які підтримуються ланкою управління.

За науковими переконаннями О. Гудзь, діджиталізація підприємства сприяє розвитку нових видів бізнесової діяльності, формує нову якість економічних відносин, розкриває інтелектуальний і креативний потенціал усіх працівників. Це особливо важливо для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Діджиталізація сприяє створенню нових привабливих, високооплачуваних і високотехнологічних робочих місць, а також збільшує доходи держави і приносить користь практично всім галузям економіки, підвищуючи їх ефективність [2].

Для досягнення визначного успіху в царині сучасної цифровізації, привелюванням підприємства має бути присутність в Інтернет-мережі, що дає змогу залучати потенційних клієнтів, покращувати конверсію, підвищувати позиціонування на ринку й впізнаваність бренду серед споживачів, адже, щоб протистояти конкурентам, необхідно ефективно взаємодіяти зі своїми клієнтами – активно комунікувати, застосовуючи чат-боти.

Сьогодні в умовах нестабільної економіки та всезростаючої конкуренції, щоб вийти з поточного наговпу, підприємствам та бізнесу слід виводити продукти та послуги швидше, ніж будь-коли раніше. Ринок товарів та послуг переповнено інноваційними стартапами, які прагнуть зруйнувати традиційні бізнес-моделі. Керівники підприємств повинні вміти відчувати нові загрози та можливості на ранніх стадіях, виводити продукти швидше, ніж конкуренти, що є вирішальним та виваженим кроком, щоб залишатися в тренді. З метою формування цифрової стратегії потрібно відстежувати та адаптувати нові тенденції. В умовах цифрового ландшафту підприємства та компанії з чітко визначеною стратегією цифрової трансформації вдаються до оновлення та їх модернізації, що дає їм змогу швидко реагувати на нові бізнес-потреби. Швидший лаг виходу на ринок, збільшення можливостей для отримання прибутку, цифрові технології можуть збільшити дохід, допомагаючи вийти на нові ринки та клієнтів.

Отже, слід приділяти чимало уваги діджиталізації, напрямам цифровізації, які є на часі й найбільш актуальними, адже ведення сучасного бізнесу вимагає від підприємств активації ІТ, що є важливою умовою інноваційно-активної діяльності.

Інноваційність та ефективність бізнес-процесів вимагає постійних оновлень, щоб відповідати новітнім умовам цифрового розвитку. Можна з впевненістю констатувати, що діджиталізація є революційним напрямом ІТ, що встановлює конкурентні переваги підприємств й покликана розширювати можливості комунікації фінансових інституцій та створювати умови для підтримки бізнесу в умовах сьогодення.

Питанням конкуренції та конкурентоспроможності приділено увагу в наукових дослідженнях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених. Насамперед необхідно відзначити внесок у дослідження окресленої проблематики відомих представників класичної політекономії

Адама Сміта та Девіда Рікардо. У своїй фундаментальній праці А.Сміт сформулював поняття конкуренції як суперництва, що підвищує ціни (завдяки скороченню пропозиції) і знижує їх (за пропозиції з надлишком); визначив основні умови ефективної конкуренції, розробив модель посилення та розвитку конкуренції й довів, що за умов ринкових відносин можливо максимально задовольнити потреби споживачів і забезпечити найкраще використання ресурсів у площині соціуму загалом [7, с. 5-6]. Розділяючи бачення й наукові досягнення А. Сміта, Д. Рікардо розробив теорію відносних переваг, яку можна застосовувати у площині окремих виробників. Взвзявши за основу приклад зовнішньої торгівлі, довів, що забезпечення успіху в конкурентній боротьбі вимагає спеціалізації на такому виді продукції, виробництво якої є найдешевшим [7, с. 113–128]. Також вченим обґрунтовано наявність оберненого взаємозв'язку між заробітною платнею та рівнем прибутку: прибуток може нарощуватись в разі зменшення зарплати, тоді як розмір заробітної плати завжди має тенденцію до зростання [7, с. 42]. Взвзявши за основу результати теоретичного аналізу, Д. Рікардо підтверджено результати досліджень А. Сміта про неможливість формування цінних конкурентних переваг підприємства на довготривалій проміжок часу [7, с. 447]. Виходячи із зазначеного, можна стверджувати свідчення, що Д. Рікардо заперечував не тільки доцільність, але й можливість управління конкурентоспроможністю підприємств у площині однієї галузі та відстоював ідею їх рівності за умов досконалої конкуренції.

Керуючись енциклопедичними думками С.В. Мочерного, конкуренцію можна розглядати як економічне суперництво і боротьбу між приватними та колективними товаровиробниками і продавцями товарів та послуг за якнайвигідніші умови їх виробництва й збуту, за найбільшій прибутки, в процесі досягнення яких стихійно регулюються пропорції суспільного виробництва [8, с.118].

У фундаментальній праці за редакцією А.С. Гальчинського конкуренція – це рушійна сила ринкової економіки. В умовах конкуренції перемагає той, хто створює високоякісну продукцію за найменших витрат виробництва. Конкуренція є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, формами прояву якого є боротьба за виживання, за одержання місця на ринку, за привернення уваги споживачів до своєї продукції [1, с.4-17]. К.Р. Макконелл, який представляв неокласичну школу, уявляв конкуренцію в якості змагання та зазначав, що «одна людина змагається з іншою, особливо у продажі або купівлі чого-небудь» [10, с.103]. Зі свого боку, професор Нью-Йоркського університету Ізраел Кірцнер, який розробив теорію ринку та ціни, акцентував на механізмі функціонування ринку. Він розглядав ринок як конкурентний і підприємницький процес та вважав, що конкурентний процес повністю залежить від волі тих, хто має в своєму розпорядженні кращі ідеї або має бажання служити ринку, пропонуючи кращі можливості. Будь-які перешкоди на шляху до ринку є обмеженням конкурентності ринкової процесу [11, с. 7].

У сучасних фінансових умовах ведення бізнесу конкуренція може бути подана як економічний процес, що відбувається під час взаємодії та боротьби товаровиробників за покупців і збільшення своєї частки на

ринку або суперництво між виробниками чи постачальниками товарів та послуг за найвигіднішими умовами виробництва і збуту [14, с. 117].

Трактуючи поняття конкуренції, у своїй книзі «Міжнародна конкуренція» М. Портер відзначав, що конкуренція є динамічним процесом, безупинно мінливим ландшафтом, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [8, с. 53].

Узагальюючим визначенням конкуренції, на наше переконання, є визначення, подане в Законі України «Про захист економічної конкуренції», за яким конкуренція трактується як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку» [4].

Дослідивши багатогранність дефініції «конкуренція», далі доцільно проаналізувати дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених терміну сутності «конкурентоспроможності», та здебільшого презентовану як здатність економічних суб'єктів через призму наявності конкурентних переваг та здебільшого протягом певного терміну пристосуватися до мінливих зовнішніх умов господарювання (рис. 1).

Важливим, на наше переконання, є формування цього виду здатності на всіх трьох рівнях процесу створення конкурентної переваги. Системне подання формування конкурентоспроможності набуває вигляду функціональної моделі, яка має враховувати механізм зміцнення конкурентних позицій підприємства.

Як бачимо, за даними рис. 1, джерела конкурентних переваг мають багаторівневу структуру: на першому (нижньому) рівні виділено ресурси, на проміжних – їх комбінації, на вищому рівні – здатності (результати інтеграції комбінацій). Зважаючи на ймовірність повторення переваг конкурентами, суб'єктам бізнесу неможна ігнорувати необхідність поточного моніторингу з метою вчасного виявлення відповідних загроз. Необхідним є також врахування невизначеності зовнішнього середовища.

У зв'язку з цим від наведених джерел конкурентних переваг слід відділити згадувані динамічні здатності, пов'язані зі спроможністю підприємства адаптуватись до змін оточуючого середовища шляхом уточнення потреб в ресурсах, їх комбінацій та можливостей.

Швейцарською організацією «Європейський форум із проблем управління» визначено, що конкурентоспроможність – це реальна і потенційна можливість фірм в наявних для них умовах проектувати, виготовляти і збувати товари, що за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживача, ніж товари конкурентів [17, с. 99].

Згідно з функціональним підходом до дослідження конкурентоспроможності підприємства її рівень залежить від рівня організації роботи всіх підрозділів і служб, а ефективність діяльності останніх визначено ефективністю використання ресурсів підприємства, тобто конкурентоспроможність підприємства є функцією всіх його внутрішніх ресурсів [12, с.131].

На наше переконання, доцільно графічно подати конкурентоспроможність підприємства у вигляді про-

цесу, в якому система цілей, що відображає інтереси ключових «суб'єктів впливу», визначає показники оцінки ефектів, відповідно до яких наводиться внутрішній потенціал підприємства, що формує конкурентні переваги, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства (рис. 2).

Результати дослідження дають змогу зробити висновок, що всі фактори конкурентоспроможності з огляду на функціонування підприємства розділяють на зовнішні (політична обстановка в державі, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, система управління промисловістю, концентрація виробництва, законодавча база) та внутрішні (система та методи управління підприємства, технологічний рівень процесу виробництва, система стратегічного планування, орієнтація на маркетингову концепцію, інноваційний характер виробництва) (рис. 3).



Рис. 1. Процедура формування стійких конкурентних переваг підприємств (адаптовано авторами за [16])



Рис. 2. Етапи формування конкурентоспроможності підприємства (побудовано авторами за [12])



Рис. 3. Чинники впливу на конкурентоспроможність підприємства (сформовано авторами за [8])

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства залежить від багатьох чинників зовнішнього та внутрішнього характеру, що зумовлює необхідність застосування системного підходу у дослідженні їх впливу [8, с. 31]. Тому, систематизуючи вищенаведене, вважаємо, що необхідними умовами пізнання економічної сутності категорії конкурентоспроможність підприємства є:

по-перше, уява про конкурентоспроможність підприємства, як про послідовно розгорнутий процес;

по-друге, виявлення чіткого причинно-наслідкового зв'язку чинників і результатів, що приводять підприємство до стану конкурентоспроможності.

Категорія конкурентоспроможності повинна розглядатися як основний критерій результативності діяльності суб'єкта господарювання.

Діджиталізація підприємства сприяє розвитку нових видів бізнесової діяльності, формує нову якість економічних відносин, що є трендовим для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Нововведення призначаються для прискорення та полегшення роботи з рутинною інформаційною базою, й застосовуються в синергії з підрозділами на підприємстві, а також налагодження взаємодії з клієнтами та постачальниками. Швидкість та інтенсив введення цифрових новацій, активне їх впровадження відіграють значну роль для суб'єкта господарювання, адже є рушійним фактором розвитку, який впроваджує та прискорює прибуткову діяльність підприємству та забезпечує конкурентні переваги. Серед них: дистанційне обслуговування включає в себе застосування сучасних технологій та засобів комунікації, таких як телефонні дзвінки, електронна пошта, Інтернет-сервіси та мобільні додатки, для вирішення проблем клієнтів, консультацій, управління замовленнями, а також інших видів взаємодії, які не вимагають особистої присутності; якісний сервіс; прозорість внутрішніх та зовнішніх процесів підприємства. Громадяни можуть отримувати послуги від держави та бізнесу швидко та зручно. Бізнес може підвищити свою ефективність та конкурентоспроможність.

У цих умовах держава може застосувати й інші заходи, які працюють в Україні ще з 2015 р. Вони пропонують online кредитування, що робить їх доступними для ширшого кола користувачів, забезпечуючи стимулювання та підтримку конкурентного середовища товаровиробників. Так, новим інструментом може слугувати сегмент P2P (person-to-person), який забезпечує швидкість оформлення угоди та отримання коштів, а також те, що кредити видаються без застави, але лише на

підставі інформації, наданої про себе на платформі [5]. На платформах P2P майбутні кредитори і позичальники реєструються і укладають кредитні договори безпосередньо між собою через Інтернет-ресурси або за допомогою спеціальних програм на смартфонах. Відмінність від банків полягає в тому, що учасники самі домовляються про умови кредитування, включаючи суму боргу, відсотки і терміни погашення. Позитивною особливістю є відсутність посередників, що має позитивний вплив на відсотковий пункт та прибуток кредиторів, а також й факт того, що мінімальна сума кредиту не є обмеженою, отримання кредитних коштів є доступним у будь-який час доби. Кредитор і позичальник працюють безпосередньо один з одним, надаючи кошти для певних споживчих витрат або бізнес-проектів (рис. 4).

Сучасна модель P2P дає змогу максимально застосувати зростання технологій (зокрема, Інтернет) для мінімізації витрат і забезпечення прозорості (табл. 1).

Варто звернути увагу на ключові компоненти на ринку P2P:

– on line-платформа, що вимагає обов'язкової реєстрації учасників та дає змогу автоматизувати процес пошуку і підбору позичальників і кредиторів, знижуючи рівень витрат. Найчастіше для всіх учасників розраховується аналог кредитного рейтингу, що визначає розміри процентної ставки та інші умови;

– класичний посередник, що забезпечує юридичний супровід угод за прямим кредитуванням й з акцентом на застава як засіб мінімізації ризику, а також проводять майнові перевірки, експертні оцінювання вартості нерухомості і зведення інвестора й позичальника в реальному часі з мінімальними витратами.

Погоджуючись з науковими розвідками [5, 13, 15], стверджуємо, що переказ P2P з картки на картку відіграє значущу роль в сучасному фінансовому середовищі, є одним із різновидів діджиталізації, альтернативним способом забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах всезростаючої конкуренції (табл. 2).

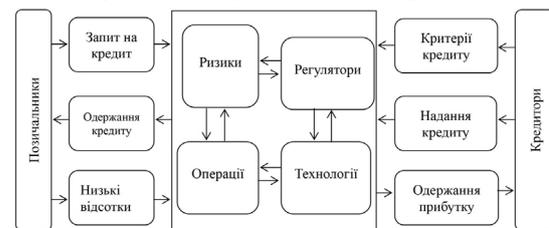


Рис. 4. Механізм адаптації до потреб підприємств за принципом P2P кредитування (розроблено авторами на основі [13; 15] та власних досліджень)

Таблиця 1 – Різновид підтримки конкурентного середовища товаровиробників [сформовано на основі власних досліджень]

Назва	Рік	Вид діяльності
Credit365	2013	Видача термінових кредитів через мережу Інтернет, м. Київ
uCredit	2015	Надає безпечну можливість людям кредитувати один одного в режимі on line, Сумщина
FinHub	2018	Без бюрократії, поручителів і довідки про доходи, кредитування в режимі on line, м. Київ
EGAP	2024	Покращення комунікації створення прозорих та надійних державних електронних сервісів

Таблиця 2 – Підходи до забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах всезростаючої конкуренції (узгальнено авторами за [5, 13, 15])

Платформа	Мін.-макс. сума позики	Тривалість терміну	Вимоги до кредитного балу	Орієнтовний відсоток
Lenme	\$50 - \$5000	12 місяців	-	3%
SoFi	\$500 - \$100,000	84 місяці	680	5.99%- 18.64%
Prosper	\$2000 - \$50,000	3 роки	560	6.99% - 35.99%
Upstart	\$1000 - \$50,000	5 років	-	6.50% - 35.99%
LendingClub	\$1000 - \$40,000	36 - 60 місяців	600+	8.30% - 36%

Застосовуючи пропоновані цифровізовані послуги, які розраховано на відповідний термін та забезпечено під певний відсоток (табл. 2), користувачі можуть легко та швидко переказувати кошти з однієї банківської картки на іншу без необхідності взаємодії з традиційними фінансовими інститутами.

Обрана форма переказу дає змогу ефективно уникнути додаткових комісій або витрат, оскільки P2P-технології зазвичай пропонують прозорі та конкурентоспроможні умови обслуговування.

Принцип платформ P2P кредитування надає можливості:

- оформити як довгостроковий (до 15 тис. грн до 1 року), так і короткостроковий (до 5 тис. грн до 30 днів) кредит;
- вартість кредиту значно нижче порівняно з сервісами онлайн-кредитів і банками;
- процедура оформлення заявки, скорингу та нарахування коштів проходить в режимі онлайн;
- погашення позики також проводиться онлайн через особистий кабінет;
- для оформлення потрібно тільки паспорт та ПІН.

SWOT-аналіз кредитування підприємств із застосуванням моделі P2P наведено на рис. 5.

Враховуючи фактичну відсутність посередників, відсотки за кредитами є відносно низькими, а прибуток кредиторів – досить високим. Позитивною особливістю є відсутність посередників, що має позитивний вплив на відсотковий пункт та прибуток кредиторів, а також і факт того, що мінімальна сума кредиту не є обмеженою, отримання кредитних коштів є доступним у будь-який час доби.

На наше переконання, головною перевагою такого механізму є за максимумом застосування зростання технологій (зокрема Інтернет) для мінімізації витрат і забезпечення прозорості.

ВИСНОВКИ

Для активації процесу кредитування підприємств саме спрощення процедури одержання банківського кредиту; застосування нових форм гарантування банківського кредитування, отримує більш лояльні умови, оскільки застава є своєрідним гарантом того, що кредит буде оплачено.

Вважаємо, що в умовах сьогодення застосування зарубіжного досвіду, кращих практик вітчизняного досвіду,

впроваджуючи P2P як дієвий інструмент переорієнтації та збереження конкурентного статусу підприємства кредитування в підприємствах, відкриє нові можливості фінансового забезпечення. Зважаючи на тимчасову стагнацію ринку кредитних інструментів розвитку реальної економіки та низьку довіру до банківської системи, беручи до уваги світові тренди, маємо підстави стверджувати, що P2P-кредитування в українських реаліях є прогресивним видом фінансового забезпечення конкурентоспроможності підприємств, що передбачає збагачення інструментарію державної підтримки малих підприємств та підвищення їх позицій на ринку продукції. Подальших досліджень вимагають напрями і методи оцінювання пріоритетності впливу фінансових джерел на формування конкурентоспроможності підприємств, значення та можливості державної фінансової підтримки їх конкурентоспроможного розвитку в період післявоєнного оновлення економіки країни.

Сильні сторони (переваги)	Слабкі сторони (недоліки)
<ul style="list-style-type: none"> – відсутність довгих перевірок і дольне ставлення до кредитної історії; – низькі процентні ставки по позиках (від 1,5% щомісяця); – високий відсоток схвалених кредитів (до 98%); – швидкість розгляду кредитних заявок в найкоротші терміни з моменту звернення; – видача коштів відбувається протягом 1-2 днів після подачі заявки; – швидкість розгляду кредитних заявок в найкоротші терміни з моменту звернення; – простота і відкритість механізмів співпраці на всіх рівнях для позичальника, і для кредитора; – прозора система процентних ставок (залежно від розміру кредиту / типу застави); – гнучка система продовження / погашення кредиту і складання індивідуального графіка виплат; – вибір валюти кредитування; – позичальниками та інвесторами постають найчастіше фізичні особи 	<ul style="list-style-type: none"> – нерозуміння принципів роботи цього інструменту; – недоконаність правової та судової систем (слабкий розвиток, незрілість інституту виконання судових рішень); – відсутність єдиної консолідованої і достовірної бази даних по господарствах (площі, урожайність і т. д.), єдиного реєстру земельних ділянок та прав на них; – низький рівень кредитування за відсутності кредитної історії – слабкий рівень розвитку технологій, що забезпечують повернення вкладених коштів; – низький рівень гарантій для інвеститий
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – розвиток та підвищення прибутковості сільськогосподарських підприємств і, як наслідок, економіки загалом; – зниження ризику користувачів системи; – доступ до короткострокових кредитних ресурсів; – можливість отримати як довгостроковий так і короткостроковий кредит; – отримати необхідну суму без зволікань і під підомний відсоток – забезпечення якості продукції та надійності угоди; – розроблення нових кредитних інструментів; – онлайн-платформа, що вимагає обов'язкової реєстрації учасників та дає змогу автоматизувати процес пошуку і підбору позичальників і кредиторів, знижуючи рівень витрат – розвиток ринкової інфраструктури. 	<ul style="list-style-type: none"> – залежність від природно-кліматичних умов; – недобросовісне виконання зобов'язань за умовами укладеної угоди; – різкі коливання ринкових цін на сільськогосподарську продукцію; – ризик втрати частини грошей у випадку дефолту позичальника; – у разі дефолту позичальника компанія, якій належить платформа P2P, бере на себе роботу з боржниками або передає її колекторним агентствам. – тривалий термін примусового виконання судового рішення про стягнення зборгованості.

Рис. 5. SWOT-аналіз аналіз кредитування підприємств із застосуванням моделі P2P (розроблено та доповнено авторами на основі власних досліджень та опрацювання [13])

Список використаних джерел

1. Гальчинський А. Економічний розвиток: методологія оновленої парадигми. *Економіка України*. 2012. Вип. 5. С. 4–17.
2. Гудзь О., Федюнін С., Щербина В. Диджиталізація, як конкурентна перевага підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 3 (29). С. 18–24.
3. Траут Дж. Вживання в епоху вбивчої конкуренції. URL: <https://www.livelib.ru/author/106015/top-dzhek-traut>
4. Закон України «Про захист економічної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>
5. Краудфандинг, p2p лендінг і переваги запуску платформи. Payment Service Provider Platon. URL: <https://platon.ua/news/kraudfandng-p2p-lending-i-preimushhestva-zapuska-platfomy.html>
6. Капітанець Ю.М. Методологія оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Прикарпатського університету: економіка*. 2007. Вип. 5. С. 131-134.
7. Сміт А. Добробут націй: Дослідження про природу та причини добробуту націй. Київ, 2001. 593 с.
8. Портер М. Стратегія конкуренції. Київ, 1997. 390 с.
9. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: у 3 т. Київ, 2000. Т.1. 560 с.
10. Макконелл К.Р. *Економікс*. Москва, 2003. 972 с.
11. Kirzner I.M. *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press, 1978. 256 с.
12. Капітанець Ю.М. Методологія оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Прикарпатського університету: економіка*. 2007. Вип. 5. С. 131-134
13. P2P і P2B кредитування – активна заміна класичних банківських кредитів і депозитів. URL: <http://ru.tsn.ua/groshi/p2p-i-r2v-kreditovanie-aktivno-zameshaet-klassicheskie-bankovskie-kredity-i-depozity-590062.html>
14. Фінансовий словник-довідник / М.Я. Дем'яненко та ін. Київ, 2003. 555 с.

15. Шевченко О. Цифровізація бізнес-процесів під час війни. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: V Міжнародна науково-практична конференція, 2024. URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/272085>
16. Ярошенко С.П. Принципи конкурентноздатності сфери матеріального виробництва. *Регіональні перспективи*. 1998. № 1(2). С. 37-39.
17. Global Competitiveness Index 2017–2018 Rankings. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/04Backmatter/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018>

References

1. Halchinskyi A. Economic development: methodology of the renewed paradigm. *Economy of Ukraine*. 2012. Issue 5. pp. 4–17. (in Ukrainian).
2. Hudz O., Fediunin S., Shcherbyna V. Digitalization as a competitive advantage of enterprises. *Economy. Management. Business*. 2019. No. 3 (29). pp. 18–24. (in Ukrainian).
3. J. Trout Survival in the era of deadly competition. URL: <https://www.livelib.ru/author/106015/top-dzhek-traut>
4. Law of Ukraine "On Protection of Economic Competition". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>
5. Crowdfunding, p2p lending and the advantages of launching a platform. Payment Service Provider Platon. URL: <https://platon.ua/news/kraudfanding-p2p-lending-i-preimushhestva-zapuska-platformy.html>
6. Kapitanets Yu. M. Methodology for assessing the competitiveness of an enterprise. *Bulletin of the Precarpathian University: Economics*. 2007. Issue 5. pp. 131-134. (in Ukrainian).
7. Smith A. The well-being of nations: Research on the nature and causes of the well-being of nations. Kyiv: Port-Royal, 2001. 593 p. (in Ukrainian).
8. Porter M. Competition strategy. Kyiv, 1997. 390 p. (in Ukrainian).
9. Mocherny S.V. Economic encyclopedia: in 3 vols. Kyiv, 2000. Vol. 1. 560 p. (in Ukrainian).
10. McConnell K.R. Economics: principles, problems and policy. Moscow, 2003. 972 p. (in Russian).
11. Kirzner I.M. Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press, 1978. 256 c.
12. Kapitanets Yu.M. Methodology for assessing the competitiveness of an enterprise. *Bulletin of the Precarpathian University: economics*. 2007. Issue 5. pp. 131-134. (in Ukrainian).
13. P2P and P2V lending - active replacement of classic bank loans and deposits. URL: <http://ru.tsn.ua/groshi/p2p-i-r2v-kreditovanie-aktivno-zameshaet-klassicheskie-bankovskie-kredity-i-depozity-590062.html> (in Russian).
14. Financial dictionary-reference book / M.Ya. Demyanenko et al. Kyiv, 2003. 555 p.
15. Shevchenko O. Digitalization of business processes during war. *Business, innovation, management: problems and prospects: V International Scientific and Practical Conference*. 2024. URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/272085>
16. Yaroshenko S.P. Principles of competitiveness of the material production sector. *Regional prospects*. 1998. No. 1(2). pp. 37-39. (in Ukrainian).
17. Global Competitiveness Index 2017–2018 Rankings. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/04Backmatter/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018>

Nataliia NAMLIEVA

PhD in Economics, Associate Professor of department, Bohdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0122-6100>

e-mail: nnamlieva5@gmail.com

Nadiia HRYSHCHUK

PhD in Economics, lecturer, Vinnytsia Trade and Economic Professional College of the State University of Trade and Economics

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3960-7841>

e-mail: nadiia.hryshchuk@gmail.com

DIGITALIZATION IS AN EFFECTIVE TOOL FOR REORIENTATION AND PRESERVATION OF THE COMPETITIVE STATUS OF AN ENTERPRISE

In today's conditions of an unstable economy, ever-increasing competition, and the rapid development of innovative entrepreneurship in Ukraine, the introduction and use of digitalization as a reliable tool for reorienting and maintaining the competitive status of an enterprise is extremely important.

Drawing on the historical foundations and realities of successful foreign experience, the comprehensive implementation of modern technologies, automation processes, and the transition to a digital environment are today not only trending features in the enterprise management system, but also an effective tool for reorienting and preserving its competitive status.

The purpose of the paper is to study the disclosure of definitions that are the direction of scientific research of famous representatives of classical political economy and modern domestic scientists, which allows them to quickly respond to new business needs.

The main participants of effective tools for reorienting and maintaining the competitive status of the enterprise have been identified. It has been concluded that the speed and intensity of the introduction of digital innovations, their active implementation play a significant role for the business and the economic entity, is a driving factor of development that implements and accelerates profitable activities for the enterprise and provides competitive advantages, including: Internet services and mobile applications, order management, but have an impressive result.

It was found that improving the financial security of enterprises can be achieved by using relatively new and effective reorientation tools, such as the P2P (person-to-person) segment, as one of the areas of maintaining the competitive status of the enterprise, which provides the opportunity to maximize the benefits of the latest technologies, (including the Internet) to minimize costs and ensure transparency, summarizes the main advantages and disadvantages of their use and further directions and tools for ensuring competitive development during the period of economic renewal of the country.

Keywords: digitalization, digitalization, competition, competitiveness, optimization, competitive environment, online platform