

УДК 005.33
JEL: O15

Боденчук Лілія Борисівна

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки та менеджменту,
Придунайська філія ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом»
м. Ізмаїл, Україна
ORCID ID: 0000-0003-3892-3823
e-mail: lb-izm@ukr.net

Ліганенко Ірина Віталіївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту,
Придунайська філія ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом»
м. Ізмаїл, Україна
ORCID ID: 0000-0003-0716-289X
e-mail: ir-vit-lig@ukr.net

**МАЛИЙ І СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС ТА ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ:
МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ**

Анотація. Цифрова трансформація і зокрема поява цифрових платформ дозволяє формувати і реалізовувати нові бізнес-моделі підприємств. В той же час платформи формують тенденції розвитку економічних суб'єктів та диктують їм умови взаємодії та співпраці. Цифрові платформи не мають виробничих потужностей – основними напрямками інвестицій стають розробка інструментів маркетингового аналізу клієнта, а саме: його бажання та вподобання. Ефект від цих дій посилюється мережевими особливостями бізнес-середовища. А це в свою чергу унеможливорює традиційне ведення бізнесу та потребує враховувати вплив глобальної цифровізації на економічні відносини як окремого регіону, так і країни в цілому. Найбільші загрози при цьому відчують суб'єкти малого та середнього бізнесу. В рамках цифрових платформ по-іншому виглядають проблеми довіри і контролю. З одного боку, виникає велика надійність і точність обробки ринкової та господарської інформації, в результаті чого стає можливим створення нових, більш потужних екосистем, наприклад цифрових бірж. З іншого боку, супутньою рисою стає відкритість бізнес-моделей і доступ до інформації більшої кількості учасників, звідси виникають проблеми кібербезпеки. Крім того, однією з проблем, що виникають на підприємствах в рамках цифрової трансформації, є досягнення цифрової зрілості учасників бізнесу, інакше можуть, наприклад, втратити постачальників, які не готові інтегруватися в цифрову систему. Окремою значущою проблемою в рамках цифрових платформ є їх захоплення агентами впливу, в першу чергу домінуючими учасниками ринку. Проведений аналіз дозволив виявити і узагальнити провідні методи та інструменти управління розвитком малого і середнього бізнесу, а також визначити основні ризики функціонування цифрових платформ. В статті цифрові платформи були розглянуті як інноваційні бізнес-моделі, як релевантний інструмент вирішення завдань дотримання стратегічних інтересів різних економічних суб'єктів.

Ключові слова: бізнес-екосистема; бізнес-моделі; інновації; суб'єкти малого та середнього бізнесу; цифрова зрілість; цифрові платформи; цифрова трансформація.

DOI: <http://doi.org/10.32750/2021-0101>

ВСТУП

Класична (нецифрова) економіка керувалася компаніями, які продавали продукти клієнтам або надавали їм послуги. Сьогодні маржа для продавців і постачальників послуг у більшості галузей невелика, і традиційні бізнес-моделі приносять дуже мало користі. Їм на заміну виходять нові стратегії монетизації для 21-го століття які формують нову економіку платформ.

Постановка проблеми. Сучасні досягнення інформаційних технологій забезпечують можливість формування об'єднаного інформаційного простору інноваційної діяльності країни. Використання цифрових платформ в рамках об'єднаного

інформаційного простору дозволить прискорити і здешевити ведення бізнесу в Україні, підвищити вертикальну мобільність суспільства. Цифрових платформ забезпечують вирішення актуальних завдань, серед яких – підвищення алокаційної ефективності і зниження трансакційних витрат, забезпечення можливостей конкуренції між платформами, підтримання складних форм стратегічної поведінки економічних агентів, запобігання захоплення платформи агентами впливу.

При цьому слід більше уваги приділяти цифровій зрілості суб'єктів малого та середнього підприємництва та проблемам підвищення їх конкурентоспроможності шляхом усунення загроз в цифровому середовищі

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Місце та роль цифрових платформ досліджувалися переважно зарубіжними авторами, такими як А. Гавер, М. Андрессен, М. Кенні, М. Вейд, Дж. Макалай А. Норохна, Дж. Паркер, С. Чаудари, Дж. Бредлі, О. Кабакова, В. Коровкін, Й. Іноу, М. Цушимото, А. Сундарараджан, Т. Саха (T. Saha), М. Kenney.

Вагомий вклад в дослідження питань цифровізації економіки внесли також українські науковці. Серед них А. Гриценко, Ю. Зайцев, С. Кубів, О. Москаленко, Т. Єфименко. Але питання пристосування суб'єктів МСП до умов цифрових платформ залишаються недостатньо розкритими.

Мета статті. У зв'язку з цим метою даної статті стало визначення переваг та загроз цифрової економіки для суб'єктів малого та середнього бізнесу.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Цифрові платформи можуть розглядатися як інструмент цифрової трансформації. Однією з істотних характеристик цієї трансформації є питання забезпечення клієнтоцентричності – задоволення потреб різних стейкхолдерів, створення нової культури споживання і комунікацій (інтеграції CRM-систем (Customer Relationship Management) в ІТ-архітектуру (Архітектура інформаційних технологій) компаній). Стратегія клієнтоцентричності передбачає, що створити і утримати унікальні конкурентні переваги можна за рахунок кваліфікованого управління взаємовідносинами з клієнтами. Вона потребує ув'язки чотирьох компонентів:

- правильний продукт;
- правильний клієнт;
- правильний канал;
- оптимальний спосіб.

Досить повно характеристику цифрової економіки надано в монографії «Цифровізація економіки України: трансформаційний потенціал», де визначено, що цифрова економіка поєднує в собі електронну комерцію, магазини додатків, онлайн-рекламу, сервіси онлайн-платежів, «хмарні» обчислювальні технології, а також інформаційні та інші платформи. Такий опис цифрової економіки сконцентровано на конкретних видах діяльності, що отримали розвиток із поширенням Інтернету та підвищенням швидкості передачі даних» [1].

Цифрова епоха змінила роль сучасного покупця і канали його взаємодії з компаніями. На зміну традиційної моделі прийшли динамічні мережеві структури, де ефективно працює зворотній зв'язок, люди спілкуються між собою і все більше цінується лояльність клієнта. Сьогоднішній клієнт-це активний учасник роботи компанії, що формує її репутацію і впливає на ринок. Тут важлива взаємна лояльність (не тільки клієнт лояльний до компанії, але і компанія лояльна до клієнта).

Разом з цим змінюється економічна модель (витрати / доходи), структура бізнесу і модель його масштабування. Бізнесу тепер доступні нові можливості в швидкому розвитку без додаткової регіональної експансії. Об'єктом уваги стають клієнтські мережі, які самі по собі стають цінним активом, який купується і продається.

Як показує практика, компанії не хочуть або не можуть собі дозволити залучати аналітиків через високу вартість їх послуг. Важливо також, що для кожного конкретного випадку, для кожного конкретного господарюючого суб'єкта необхідно скласти сукупність показників, що враховують ризики специфіки його роботи, інтереси його засновників, керівників, а оскільки цей процес трудомісткий, він повинен здійснюватися оперативним і з урахуванням цього вибір показників повинен, по-перше, бути науково обґрунтованим, а по-друге, автоматизованим [2].

В умовах цифрової трансформації зміни зазнають бізнес-моделі в цілому, зокрема, процес створення цінностей виходить в мережевий простір взаємодій різних партнерів і перетину (доповнення) індивідуальних бізнес-моделей. Зростає роль і значення цифрових платформ і нової цифрової інфраструктури у створенні ціннісної пропозиції.

Особливостями цифрових бізнес-моделей крім клієнтоорієнтованості стають: базування переважно на електронних платформах; комунікації між учасниками ринку в онлайн-середовищі з використанням відповідних інструментів; омніканальні системи продажів, комунікацій і джерел доходів; мережевий характер.

Зросла необхідність довіри до платформ і їх безпеки-надійності систем захисту інформації в мережі. Зросла конкуренція платформ - платформи конкурують між собою і з традиційними моделями: складно створити платформу, аналогічну успішній існуючій на ринку, це залежить від активності учасників, від контенту, використовуваних програмних засобів, від спрощення взаємодії і зручності спілкування; ринок постійно дестабілізується з появою нових конкурентів, які починають пропонувати послуги безкоштовно або принципово дешевше, а також використовувати нові методи і канали задоволення потреб клієнтів. Виникла проблема контролю – компаніям доводиться послаблювати контроль над частиною своїх цінностей через відкритість моделей.

Створення цифрових платформ (наприклад, цифрових бірж) може реалізовуватися в рамках бізнес-екосистем. Економіка спільного споживання, або, як її ще часто називають, економіка платформ, серйозно змінила як сутність організацій, особливо тих, що стоять в центрі платформи, так і відносини між ними і між організаціями і споживачами.

В рамках деяких бізнес-моделей створення цінності опосередковується взаємодією різних гравців (сторін, стейкхолдерів) в більш високому ступені, ніж в рамках традиційно усталених взаємодій один до одного (продавець – покупець). Така Категорія бізнес-моделей отримала відповідну назву – багатостороння платформа (multi-sided platforms).

Бізнес-екосистему можна розглядати

- по-перше як сукупність учасників (стейкхолдерів), які взаємодіють з організацією і безпосередньо або опосередковано беруть участь в ланцюжку створення цінностей (наприклад, агентів з продажу товарів або послуг), а також клієнтів;
- по-друге як ринковий майданчик (цифровий або фізичний), на якому пропонуються до споживання різні інтегровані продукти і послуги, що задовольняють максимально широкий спектр клієнтських потреб певного профілю;
- по-третє як організацію, що само розвивається та застосовує інноваційні підходи до управління.

Відповідно, перехід до моделі цифрової екосистеми може здійснюватися акторами різних типів: банками, операторами зв'язку, технологічними компаніями, девелоперами, туроператорами і авіакомпаніями, роздрібними мережами, компаніями індустрії розваг, автодилерами та ін.

В статті «Основи формування економічного потенціалу виробничого підприємства» визначено, що на формування потенціалу виробничого підприємства суттєвий вплив мають інноваційні здібності (тобто здібностями підприємства до оновлення виробництва, зміни технології і т. д.) та інформаційні здібності (тобто здібностями обробляти і "перетравлювати" інформацію для використання її у виробництві) [3]

Для формування результативної цифрової моделі екосистеми економічної організації необхідно володіти нижченаведеними компетенціями:

- здатністю керувати інтегруючими елементами: адаптивною та масштабованою ІТ-архітектурою; взаємодією з партнерами та споживачами через API (відкритий програмний інтерфейс);
- гнучким управлінням економічною організацією із застосуванням методів Agile і Lean;
- адаптованою організаційною структурою;
- системою управління взаємодією з клієнтами, включаючи аналіз даних про клієнтів (у тому числі Big Data);
- комплексною системою управління інноваціями, що включає організацію, кооперацію між різнодійними напрямками діяльності з інновацій, корпоративну культуру, стимулюючу інновації.

Цифрова трансформація означає зміну ринкових умов конкуренції і, відповідно, організації та стратегічного управління компаніями. Широке використання платформ змінює конкурентну модель і взаємини між компаніями – лінійні бізнес-моделі змінюються на мережеві, по-іншому сприймаються і активи компаній (у компаній на основі платформ невеликі розміри активів, але при цьому висока прибутковість).

Платформи більш ефективно використовують ресурси, ніж традиційні моделі. Конкуренція змінилася, причому це відноситься не тільки до компаній-платформ. Ще недавно правильною стратегією конкурентної боротьби вважалося бажання бути першим і обійти конкурентів будь-яким способом.

У цифровому середовищі така тактика не тільки неправильна, але шкідлива і небезпечна. Тепер продуктивним стає співпраця прямих конкурентів в деяких областях, так звана Кооперативна конкуренція – coopetition-термін, запропонований А.М. Бранденбургером і Б. Дж. Нейлбаффом) [4]. Вона припускає, що компаніям треба разом збільшувати значимість галузі, як це спільно роблять Facebook, Apple, Google та інші лідери ринку високих технологій. Цифрові платформи сприяють подібній співпраці.

Оскільки Цифрова трансформація спирається на принцип співпраці, об'єктом управління стають «екосистеми партнерських сервісів». Істотним компонентом в цьому випадку стає вимога відкритості програмного інтерфейсу (API) і гнучкої інтеграції. Ось що допомагає бізнесу виявляти передові рішення в модернізації своїх продуктів через співпрацю і об'єднання з іншими сервісами і компаніями-партнерами (цифрові біржі).

Таким чином, цифрове середовище принципово змінює характеристики галузевих ринків і конкуренції, формуючи нові можливості і загрози. Вона знижує бар'єри входу в бізнес, розмиває межі галузі, в ній починає домінувати принцип «підключайся і грай», що трансформує ланцюжки створення цінності і можливості для вбудовування в ці ланцюжки нових гравців. Останні можуть досить швидко і з низькими витратами

масштабувати свою діяльність і підвищувати віддачу від інвестицій за рахунок збільшення числа споживачів, кращих пропозицій і цін. Це дуже швидкі ринки, нове швидко стає нормою.

Істотним критерієм успішності цифрової трансформації в економічних організаціях стає рівень цифрової зрілості. Подібну зрілість визначають як поступовий і цілеспрямований процес організаційного навчання, що обумовлює реакцію на появу та зміну Цифрового конкурентного середовища. Рівень цифрової зрілості визначають:

- взаємини зі споживачами, які розглядають компанію як свого цифрового партнера;
- стратегії, що забезпечує нові конкурентні переваги;
- цифрові технології;
- їх використання в операційних процесах;
- організаційна культура».

В рамках моделі цифрової зрілості компанії виділяють наступні проблеми впровадження цифрової екосистеми – втрата постачальників, які не захочуть інтегруватися в цифрову систему, термін окупності впровадження цифрової екосистеми.

Ефективність цифрової платформи і розвиток платформної конкуренції в рамках прикладної моделі цифрових платформ визначається наступними важливими елементами:

- наявність мережевого ефекту (автоматичне зростання клієнтської бази);
- низький рівень витрат переходу з однієї цифрової платформи на іншу і одночасного використання декількох платформ;
- зростання кількості постачальників у відповідь на зростання кількості за побажань споживачів.

Важливим аспектом цифрової платформи є наявність для сторін (стейхолдерів) платформи взаємних, у тому числі стратегічних вигід. Тут доречно розглянути цифрові платформи через призму проблем конкуренції. Звернемо увагу на проблему ринкового домінування в цілому, поєднану з ризиком захоплення цифрової платформи певними агентами впливу, якими можуть виступати домінуючі учасники ринку.

Найбільш чутливими до подібних ризиків виявляються саме представники малого та середнього бізнесу. Справа в тому, що невеликі користувачі платформ, які мають менші можливості впливу на функціонування платформ, можуть залишатися в програші як при розподілі вартості, створюваної в рамках екосистеми платформи, так при встановленні умов, за якими здійснюються ринкові угоди через платформи. Ризик маніпуляцій цифровою платформою з боку домінуючих гравців знижує стимули малих і середніх підприємств користуватися такими платформами.

Конкуренція між платформами здатна зменшити готовність і бажання власників цифрових платформ вступати в якісь неринкові відносини з домінуючими користувачами і піддаватися їх маніпуляціям. Стримує дану поведінку загроза відходу, переходу інших учасників (малий і середній бізнес) на платформи-конкуренти. З іншого боку, багато що залежить від структури власності цифрової платформи.

Однією з можливих форм управління платформою є децентралізований механізм управління, який здійснюється сукупністю автономних гравців-так званої ком'юніті. Швидше за все, такий розподілений механізм управління ускладнює можливості домовленості великих учасників ринку з власниками платформи та зменшує можливості маніпуляції нею.

Проведений аналіз дозволяє виявити і узагальнити провідні методи та інструменти управління розвитком малого і середнього бізнесу, а також основні ризики функціонування цифрових платформ:

- невідповідність термінів окупності платформи часом розвитку цифрових екосистем
- цифрова незрілість малого та середнього бізнесу
- монопольний стан цифрової платформи
- загроза втрати конфіденційності суб'єктів малого та середнього бізнесу
- захоплення платформи «групами впливу» («домінуючими гравцями»)

На основі проведеного дослідження може бути складена таблиця ключових характеристик і компонентів цифрових платформ, що сприяють управлінню розвитком малого і середнього бізнесу.

Таблиця 1

Ключові характеристики та компоненти цифрових платформ, що сприяють дотриманню стратегічних інтересів різних суб'єктів економіки

Характеристика цифрової платформи	Компонент цифрової платформи
Забезпечення алокаційної ефективності	архітектурний пристрій платформи: ядро і оболонка. Це веде до економії на масштабі і заміщення
Сприяння новим і складним формам конкуренції (Кооперативна конкуренція)	програмні компоненти, що забезпечують «цифрові можливості платформи» по кастомізації, можливості спільного створення цінності
Забезпечення можливостей конкуренції між платформами	відкритий інтерфейс
Зниження трансакційних витрат	релевантний механізм управління цифровою платформою, функції пошуку контрагентів і реклами. Стандартизовані граничні ресурси, шаблонний програмний код
Підтримка складних форм стратегічної поведінки	програмні компоненти і механізм управління, що дозволяють формувати учасникам стратегічні партнерства, робити відносини більш довірчими, встановлювати спільні цілі, укласти довгостроковий контракт
Сприяння інноваційній поведінці акторів	можливість кастомізації платформи (відкритий інтерфейс, модульна архітектура)
Врахування цифрової зрілості користувачів	модульна архітектура, стандартизований інтерфейс модулів
Запобігання захоплення платформи агентами впливу (домінуючими учасниками ринку)	відкритий інтерфейс, децентралізований механізм управління
Розвиток сервісів платформи та можливостей виходу на нові ринки	зворотній зв'язок від користувачів та інших стейкхолдерів

Таким чином, на підставі проведеного аналізу ми можемо виділити наступні найбільш важливі характеристики цифрових платформ, що впливають на стратегічні інтереси різних стейкхолдерів:

1) Підвищення ефективності економіки, що виражається в збільшенні з точки зору народного господарства в цілому чистих вигод розміщення і використання обмежених ресурсів;

2) поліпшення умов конкуренції господарюючих суб'єктів як провідного ринкового механізму підвищення загальної економічної ефективності, а також підтримка нових форм конкурентних взаємодій, наприклад кооперативної конкуренції;

3) забезпечення можливостей міжплатформної конкуренції та відповідного низького рівня витрат перемикання між платформами;

4) орієнтація на забезпечення вигідності учасників залучення в господарську діяльність за допомогою цифрових платформ;

5) створення інфраструктури бізнесу, що знижує бар'єри входу в бізнес для суб'єктів малого та середнього підприємництва;

6) підвищення точності та прозорості, а також зниження транзакційних витрат взаєморозрахунків між господарюючими суб'єктами;

7) збереження для економічних суб'єктів можливостей стратегічної поведінки, зокрема дій щодо створення стійких власних конкурентних переваг, наприклад через зниження витрат або диференціацію продукції;

8) збереження та збільшення можливостей для інвестицій та інновацій у господарській діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу;

9) Цифрове забезпечення підтримки та розвитку нових бізнес-моделей, наприклад, таких як модель клієнтоорієнтованості та дзеркальної її моделі побудови відносини з постачальниками на довгостроковій основі;

10) забезпечення умов надійного захисту комерційної інформації, ноу-хау, інтелектуальної власності економічних суб'єктів, залучених у господарську діяльність за допомогою цифрових платформ;

11) можливості поетапного залучення економічних суб'єктів у господарську діяльність за допомогою цифрових платформ з урахуванням їх цифрової зрілості з можливістю отримання економічного ефекту на кожному етапі;

12) механізми захисту від використання цифрових платформ у власних інтересах «групам впливу» як на стадії розробки платформ, так і на стадії їх функціонування.

Таким чином можна сказати, що до найбільш важливих компонентів цифрових платформ слід віднести: архітектурний пристрій платформи (ядро і оболонка), цифрові можливості платформи по кастомізації, відкритий інтерфейс, релевантний механізм управління платформою, модульну архітектуру, зворотний зв'язок від учасників.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В даному дослідженні була зроблена спроба провести логічну нитку від розгляду цифрових платформ як інноваційних бізнес-моделей через визначення їх істотних характеристик ключовим компонентам цифрових платформ як релевантного інструменту вирішення завдань дотримання стратегічних інтересів різних стейкхолдерів.

Визначені також основні переваги та загрози для суб'єктів малого та середнього бізнесу, що функціонують в умовах цифровізації економіки. З'ясовано, що традиційні ланцюжки створення цінності руйнуються, а міжгалузеві кордони стираються. «Цифра» змінює цінність продуктів та послуг і суб'єкти МСП можуть та, навіть, повинні бути готовими до «Індустрії 4.0», яка надає нові можливості, набувати нових знань в цифровій

галузі використовувати цифрові інструменти ведення бізнесу, оскільки малий та середній бізнес є найбільш мобільним суб'єктом економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цифровізація економіки України: трансформаційний потенціал: монографія / В.П. Вишневський, О.М. Гаркушенко, С.І. Князєв, Д.В. Липницький, В.Д. Чекіна; за ред. В.П. Вишневського та С.І. Князева; НАН України, Інститут економіки промисловос-ті.— Київ: Академперіодика, 2020. — 188 с.
2. Bondarenko Svitlana, Bodenchuk Liliya, Krynytska Oksana and Gayvoronska Inna, Modelling Instruments in Risk Management, International Journal of Civil Engineering and Technology, 10(01), 2019, pp. 1561–1568
3. Філіппова С.В. Основи формування економічного потенціалу виробничого підприємства / С.В. Філіппова, Л.Б. Боденчук // Науковий вісник УжНУ Серія: Економіка. – 2012. – №2. – С.131-135
4. Бранденбургер, А. Сооретition. Конкурентное сотрудничество в бизнесе : [пер. с англ.] / А. Бранденбургер, Б. Нейлбафф. – М. : Омега-Л, 2012. – 352 с.

Боденчук Лилия Борисовна

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента,
Придунайский филиал ЧАО «Межрегиональная Академия Управления Персоналом»
г. Измаил, Украина
ORCID ID: 0000-0003-3892-3823
e-mail: lb-izm@ukr.net

Лиганенко Ирина Витальевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента,
Придунайский филиал ЧАО «Межрегиональная Академия Управления Персоналом»
г. Измаил, Украина
ORCID ID: 0000-0003-0716-289X
e-mail: ir-vit-lig@ukr.net

**МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС И ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ:
ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ**

Аннотация. Цифровая трансформация и, в частности, появление цифровых платформ позволяет формировать и реализовывать новые бизнес-модели предприятий. В то же время платформы формируют тенденции развития экономических субъектов и диктуют им условия взаимодействия и сотрудничества. Цифровые платформы не имеют производственных мощностей – основными направлениями инвестиций становятся разработка инструментов маркетингового анализа клиента, а именно: его желания и предпочтения. Эффект от этих действий усиливается сетевыми особенностями бизнес-среды. А это, в свою очередь, делает невозможным традиционное ведение бизнеса и требует учитывать влияние глобальной цифровизации на экономические отношения как отдельного региона, так и страны в целом. Наибольшие угрозы при этом испытывают субъекты малого и среднего бизнеса. В рамках цифровых платформ по-другому выглядят проблемы доверия и контроля. С одной стороны, это большая надежность и точность обработки рыночной и хозяйственной информации, в результате чего становится возможным создание новых, более мощных экосистем, например цифровых бирж. С другой стороны, сопутствующей чертой становится открытость бизнес-моделей и доступ к информации большего количества участников, отсюда возникают проблемы кибербезопасности. Кроме того, одной из проблем, возникающих на предприятиях в рамках цифровой трансформации, достижение цифровой зрелости участников бизнеса, иначе могут, например, потеря поставщиков, которые не готовы интегрироваться в цифровую систему. Отдельной значимой проблемой в рамках цифровых платформ является их увлечение агентами влияния, в первую очередь доминирующими участниками рынка. Проведенный анализ позволил выявить и обобщить ведущие методы и инструменты управления развитием малого и среднего бизнеса, а также определить основные риски функционирования цифровых платформ. В статье цифровые платформы были рассмотрены как инновационные бизнес-модели, как релевантный инструмент решения задач соблюдения стратегических интересов различных экономических субъектов.

Ключевые слова: бизнес-экосистема; бизнес-модели; инновации; субъекты малого и среднего бизнеса; цифровая зрелость; цифровые платформы; цифровая трансформация.

Lilia Bodenchuk

candidate of Economic Sciences, senior lecturer of the Department of Economics and management,
Interregional Academy of Personnel Management Danube branch
Izmail, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-3892-3823
e-mail: lb-izm@ukr.net

Iryna Liganenko

candidate of Economic Sciences, associate professor of the Department of Economics and management,
Interregional Academy of Personnel Management Danube branch
Izmail, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-0716-289X
e-mail: ir-vit-lig@ukr.net

**SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AND DIGITAL PLATFORMS:
OPPORTUNITIES AND RISKS**

Annotation. Digital transformation, and the emergence of digital platforms in particular, makes it possible to form and implement new business models of enterprises. At the same time, platforms form trends in the development of economic entities and dictate the conditions of interaction and cooperation to them. Digital platforms do not have production facilities – the main investment areas are the development of tools for marketing analysis of the client, namely: their desires and preferences. The effect of these actions is enhanced by the network features of the business environment. This, in turn, makes traditional business impossible and requires taking into account the impact of global digitalization on the economic relations of both the specific region and the country as a whole. The greatest threats are experienced by small and medium-sized businesses. Within the digital platforms, the problems of trust and control look different. On the one hand, there is a greater reliability and accuracy of processing market and economic information, as a result of which it becomes possible to create new, more powerful ecosystems, such as digital exchanges. On the other hand, the accompanying feature is the openness of business models and access to information for more participants, hence cybersecurity problems. In addition, one of the problems that arise in enterprises as part of digital transformation is the achievement of digital maturity of business participants, otherwise, for example, the loss of suppliers who are not ready to integrate into the digital system may occur. A separate significant problem within digital platforms is their capture by agents of influence, primarily by dominant market participants. The analysis made it possible to identify and summarize the leading methods and tools for managing the development of small and medium-sized businesses, as well as to identify the main risks of functioning of digital platforms. In the article, digital platforms were considered as innovative business models, as a relevant tool for solving problems of observing the strategic interests of various economic entities.

Keywords: business ecosystem; business models; innovations; small and medium-sized businesses; digital maturity; digital platforms; digital transformation.

REFERENCES

1. Vyshnevskiy V.P., Harkushenko O.M., Kniaziev S.I., Lypnytskyi D.V., & Chekina V.D. (2020) *Tsyfrovizatsiia ekonomiky Ukrainy: transformatsiyni potentsial*. Akadempriodyka, Kyiv. P. 188. [in Ukrainian].
2. Bondarenko Svitlana, Bodenchuk Liliya, Krynytska Oksana & Gayvoronska Inna, (2019) *Modelling Instruments in Risk Management*. International Journal of Civil Engineering and Technology, 10(01), pp. 1561–1568.
3. Filyppova S.V. *Osnovy formuvannia ekonomichnoho potentsialu vyrobnychoho pidpriemstva*. (2012) Naukovyi visnyk UzhNU Serii: Ekonomika. pp.131-135. [in Ukrainian].
4. Brandenburher, A. (2012) Coopetition. *Konkurentnoe sotrudnychestvo v byznese*. Moscow. Omeha-L. P.352. [in Russian].



This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.