

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2026-59-78>

УДК 658.5:004

Міняйленко Інна Валентинівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0388-6199>

Кобець Сергій Петрович

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4660-6994>

Івасенко Олена Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9536-3677>

Inna Miniailenko, Serhii Kobets, Olena Ivasenko
National University “Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic”

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ

MANAGEMENT OF THE POTENTIAL OF BUSINESS ENTITIES: DIGITAL TOOLS FOR DEVELOPMENT

Анотація. У статті розроблено теоретико-методичний підхід до управління потенціалом суб'єктів підприємництва в умовах цифровізації. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні механізму вибору і впровадження цифрових інструментів залежно від складових потенціалу та масштабу підприємства. Наукова новизна полягає у включенні цифрової зрілості до системи оцінювання потенціалу та у формуванні поетапного механізму, що поєднує діагностику, цілепокладання, впровадження, розвиток компетенцій і моніторинг результатів. Практичне значення роботи полягає у можливості використання запропонованої матриці інструментів і сценаріїв цифрового розвитку під час формування управлінських рішень на мікро-, малих, середніх і великих підприємствах. Доведено, що системне застосування цифрових рішень підвищує продуктивність, прозорість управління, ринкову адаптивність і конкурентоспроможність.

Ключові слова: потенціал підприємства; управління потенціалом; цифровізація; цифрові інструменти; бізнес-аналітика; хмарні сервіси; конкурентоспроможність.

Summary. The article develops a theoretical and methodological approach to managing the potential of business entities under digital transformation. The purpose of the study is to substantiate a management mechanism that links the components of enterprise potential with an appropriate set of digital tools and with the scale of the enterprise. The authors clarify the content of enterprise potential as an integrated ability to mobilize resource, organizational, informational, market and innovative opportunities in order to achieve strategic goals. It is argued that, in the digital economy, this ability should be assessed together with the level of digital maturity, because digital solutions change the speed of decision making, data quality, coordination of business processes and access to markets. The research is based on the synthesis of recent academic publications, official analytical reports and the generalization of Ukrainian business digitalization trends. The scientific novelty lies in the inclusion of digital maturity into the assessment logic of enterprise potential and in the development of a stage-based mechanism that combines diagnostics, goal setting, implementation of digital solutions, competence development and performance monitoring. The practical significance of the results is determined by the proposed matrix of digital tools for different potential components and by the scenario approach for micro, small, medium-sized and large enterprises. The study proves that the systematic use of customer-oriented systems, resource planning solutions, analytical platforms, cloud services and

data-driven managerial practices increases productivity, transparency, adaptability and competitiveness. It is concluded that effective management of enterprise potential in the digital era requires not isolated automation projects but coordinated organizational change, staff development and continuous evaluation of results. The proposed approach can be used by managers when selecting priorities of digital investment, reducing fragmentation of information flows and aligning technological decisions with long-term development objectives.

Keywords: enterprise potential; potential management; digitalization; digital tools; business analytics; cloud services; competitiveness.

Постановка проблеми. Корпоративна соціалПостановка проблеми. Цифровізація господарського середовища змінює не лише інструментарій управління, а й саму логіку формування та реалізації потенціалу підприємства. У сучасних умовах потенціал уже не може глумитися винятково як сукупність ресурсів; він дедалі більше залежить від здатності підприємства швидко збирати, інтегрувати й інтерпретувати дані, координувати бізнес-процеси в режимі реального часу та трансформувати інформацію в управлінські рішення. У працях І.А. Ажаман і О.І. Жидкова, а також Р.А. Алієва підкреслено, що потенціал підприємства є багатокомпонентною категорією, яка поєднує ресурсний, системний і результативний виміри [1; 2].

Водночас цифровий розвиток українського бізнесу залишається нерівномірним. За оцінками Організації економічного співробітництва та розвитку, малі та середні підприємства, як правило, розпочинають цифрову трансформацію з базових адміністративних і маркетингових застосунків, тоді як просунуті технології впроваджуються повільніше [8]. Для України характерний розрив між великими та меншими підприємствами за інтенсивністю використання цифрових рішень, а основними бар'єрами цифровізації залишаються дефіцит фінансування та нестача досвідчених працівників [9]. Крім того, частка використання хмарних обчислень у вітчизняних підприємствах оптової та роздрібною торгівлі і промисловості все ще істотно поступається середнім значенням у Європейському Союзі [9].

За таких умов проблема полягає не лише у виборі окремого програмного продукту, а у формуванні цілісного механізму управління потенціалом суб'єктів підприємництва, який враховував би різні складові потенціалу, рівень цифрової зрілості та масштаб підприємства. Саме потреба в такому механізмі визначає актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові підходи до трактування потенціалу підприємства концентруються навколо його ресурсної забезпеченості, здатності до відтворення та результативності управління. І.А. Ажаман і О.І. Жидков розкривають економічний потенціал як систему взаємопов'язаних складових, що визначають можливості розвитку підприємства [1], а Р.А. Алієв акцентує увагу на багатокомпонентності потенціалу та необхідності врахування різних його видів у процесі управління [2].

Окремий напрям сучасних досліджень пов'язаний з цифровізацією управлінських процесів. Н.С. Чопко і В.Ю. Соболта доводять, що використання сучасних інформаційних технологій підвищує ефективність управління потенціалом підприємства та створює передумови для більш обґрунтованих стратегічних рішень [6]. А.М. Терещенко розглядає цифрові інструменти як основу вдосконалення інформаційного забезпечення фінансового потенціалу, підкреслюючи важливість інтеграції даних, застосування ключових показників результативності та розвитку компетенцій персоналу [5]. У дослідженні А.М. Ковальчук, Н.П. Сафонік і Т.Г. Щепіної показано, що цифровий маркетинг посилює ринковий потенціал підприємств торгівлі, розширює канали взаємодії зі споживачами і підтримує конкурентоспроможність [3]. В.С. Руденко, О.В. Марухленко та І.В. Лисенко обґрунтовують синергійний ефект від інтеграції цифрового менеджменту й цифрового маркетингу, коли дані та цифрові платформи стають структурною основою адаптивних бізнес-моделей [4]. Своєю чергою В. Шепелюк акцентує увагу на значенні хмарних технологій, корпоративних інформаційних систем та інформаційної безпеки у трансформації обліково-аналітичних процесів [10].

Попри значний доробок у дослідженні окремих аспектів цифровізації, невирішеною залишається проблема комплексного поєднання: а) складових потенціалу підприємства; б) цифрових інструментів, релевантних цим складовим; в) масштабних характеристик суб'єктів підприємництва; г) управлінського циклу від діагностики до моніторингу результатів. Саме цю прогалину і покликано заповнити дане дослідження.

Мета статті полягає у розробленні теоретико-методичного підходу до управління потенціалом суб'єктів підприємництва на засадах цифровізації. Для досягнення поставленої мети передбачено: уточнити зміст поняття «потенціал підприємства» в умовах цифрової економіки; визначити аналітичні орієнтири цифрового розвитку бізнесу в Україні; систематизувати цифрові інструменти відповідно до складових потенціалу підприємства; запропонувати поетапний механізм управління потенціалом із урахуванням цифрової зрілості; обґрунтувати сценарії цифрового розвитку для підприємств різного масштабу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Потенціал суб'єкта підприємництва доцільно

розглядати як інтегровану здатність підприємства мобілізувати ресурсні, організаційні, інформаційні, ринкові та інноваційні можливості для досягнення стратегічних цілей. На відміну від традиційних підходів, у цифровій економіці ця здатність визначається не лише наявністю ресурсів, а й якістю управлінської взаємодії між ними. Тому цифрова зрілість слід трактувати як наскрізну характеристику потенціалу: вона показує, наскільки підприємство здатне перетворювати дані на управлінську цінність, автоматизувати типові операції, забезпечувати прозорість процесів і розширювати ринкову присутність [1; 2].

У структурі потенціалу доцільно виокремлювати кадрову, фінансову, операційну, маркетингову, інноваційну та організаційно-інформаційну складові. Кожна з них потребує власного набору цифрових рішень, проте найбільший ефект досягається за умови їх інтеграції. З позицій управління це означає перехід від точкової автоматизації до узгодженого цифрового контуру підприємства, у межах якого рішення в сфері продажів, фінансів, логістики, комунікацій та аналітики підтримують одне одного.

Визначаючи аналітичні орієнтири цифровізації бізнесу в Україні, важливо виходити лише з верифікованих даних. Порівнюваний масив показників Організації економічного співробітництва та розвитку та державної статистики поки що не містить для України репрезентативних даних про використання систем планування ресурсів підприємства, систем управління взаємовідносинами з клієнтами, інструментів штучного інтелекту та інтернету речей; тому оцінювати цифрову трансформацію доцільно за доступними індикаторами вебприсутності, хмарних сервісів, електронної торгівлі та структурних бар'єрів [9]. Такий підхід унеможливило використання непідтверджен

них кількісних оцінок і підвищує доказовість висновків.

Доступні дані засвідчують кілька принципових тенденцій. По-перше, українські малі та середні підприємства демонструють нижчий рівень цифрового розвитку порівняно з великим бізнесом, а ключовими бар'єрами залишаються фінансові обмеження, нестача досвідчених працівників і дефіцит цифрових навичок [9; 8]. По-друге, навіть базові інструменти впроваджені нерівномірно: використання хмарних сервісів у вітчизняній оптовій і роздрібній торгівлі становить лише 11 %, а в переробній промисловості – 9 %, тоді як середні значення по Європейському Союзу дорівнюють відповідно 34 % і 32 % [9]. По-третє, частка малих підприємств, що здійснювали онлайн-продажі, становила 4,2 %, тоді як серед великих компаній цей показник досягав 10,5%, що свідчить про недостатнє використання електронної комерції як каналу реалізації ринкового потенціалу [9]. Водночас цифровізація дає змогу вирівнювати стартові можливості підприємств завдяки розширенню доступу до цифрових ресурсів, постачальників і міжнародних ринків [8].

Узагальнення звітів Організації економічного співробітництва та розвитку також показує, що малі підприємства зазвичай починають цифрову трансформацію з базових застосунків для адміністрування, комунікацій та маркетингу [8], а подальший перехід до складніших рішень потребує не стільки великих разових інвестицій, скільки послідовного поєднання технологічних рішень із бізнес-моделлю підприємства [7]. Отже, цифровий розвиток слід проектувати як поетапний керований процес, а не як сукупність розрізнених проєктів (табл. 1).

Економічний ефект цифровізації пов'язаний насамперед із роботою з даними. Як підкреслює

Таблиця 1 – Відповідність цифрових інструментів складовим потенціалу підприємства

Складова потенціалу	Цифрові інструменти	Управлінський ефект
Кадрова	Корпоративні платформи навчання, системи управління персоналом, сервіси спільної роботи	Підвищення цифрових навичок, краща координація команд, швидше поширення знань
Фінансова	Інтегровані системи планування ресурсів, обліково-аналітичні модулі, цифрові платіжні сервіси, бізнес-аналітика	Прозорість фінансових потоків, оперативна звітність, точніший бюджетний контроль
Операційна	Системи планування ресурсів, хмарні сервіси, засоби управління проєктами, інструменти моніторингу процесів	Синхронізація процесів, скорочення втрат часу, зменшення дублювання даних
Маркетингова	Системи управління взаємовідносинами з клієнтами, інструменти цифрового маркетингу, електронна комерція	Персоналізація комунікацій, зростання конверсії, розширення каналів збуту
Інноваційна та інформаційна	Аналітичні платформи, хмарні сховища, інструменти роботи з даними, сервіси підтримки рішень	Швидше тестування рішень, сценарне планування, розвиток нових продуктів і сервісів

Джерело: сформовано авторами на основі [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10]

Організація економічного співробітництва та розвитку, процесні дані дають змогу покращувати управління запасами, логістику і технічне обслуговування, знижувати операційні витрати та підвищувати продуктивність, а дані про споживачів і постачальників формують основу для сегментації ринку, персоналізації пропозиції та розширення охоплення [7]. У цьому контексті особливого значення набувають обліково-аналітичні процеси, для яких хмарні технології, корпоративні інформаційні системи та підсилена увага до інформаційної безпеки стають передумовою якісного управлінського контролю [10].

Таким чином, цифрові інструменти доцільно добирати не ізольовано, а через їхню здатність підсилювати конкретну складову потенціалу. Це дозволяє перейти від формального впровадження програмних продуктів до управління результатом.

Запропонований механізм управління потенціалом суб'єктів підприємництва на засадах цифровізації охоплює п'ять взаємопов'язаних етапів.

1. Діагностика потенціалу та цифрової зрілості. На першому етапі оцінюються стан ресурсної бази, рівень використання кадрового, фінансового, маркетингового й інноваційного потенціалу, а також ступінь цифрової інтегрованості бізнес-процесів. Практична цінність такої діагностики полягає в тому, що вона дає змогу виявити не лише «слабкі місця» потенціалу, а й інформаційні розриви між підрозділами, які перешкоджають управлінню на основі даних [5; 10].

2. Формування цілей і цифрових пріоритетів. Після діагностики підприємство визначає, які саме складові потенціалу є пріоритетними для посилення у коротко- та середньостроковому періоді. На цій стадії важливо пов'язати цілі з конкретними показниками: швидкістю оброблення замовлень, точністю планування запасів, часткою повторних покупок, часткою цифрових продажів, швидкістю формування управлінської звітності. Саме така логіка забезпечує узгодження цифрових інвестицій із реальними бізнес-результатами [5].

3. Вибір і впровадження цифрових рішень. На цьому етапі відбираються інструменти, які мають найбільший ефект саме для пріоритетних складових потенціалу. Дослідження засвідчують, що інтегровані системи планування ресурсів, клієнтські системи, бізнес-аналітика та хмарні платформи підвищують обґрунтованість рішень, скорочують фрагментацію даних і покращують координацію між функціональними зонами підприємства [6; 4]. Ключовими критеріями вибору є сумісність із наявною інфраструктурою, вартість володіння, масштабованість, вимоги до захисту даних та можливість поетапного розгортання.

4. Розвиток компетенцій і управління змінами. Ефективність цифрових інструментів прямо залежить від готовності персоналу працювати

з новими процесами. Організація економічного співробітництва та розвитку наголошує, що підприємства малого масштабу нерідко компенсують нестачу внутрішніх компетенцій через аутсорсинг і зовнішні мережі підтримки, однак навіть за таких умов управлінська команда повинна розуміти функціональні можливості технологій і вміти ставити завдання провайдерам [9; 7]. Отже, розвиток цифрових навичок, підготовка внутрішніх користувачів і комунікація змін є невід'ємною частиною управління потенціалом.

5. Моніторинг результатів і коригування. Завершальний етап передбачає регулярне вимірювання ефекту від цифровізації за системою індикаторів. Для операційної складової це може бути скорочення циклу виконання замовлення та зменшення дублювання даних; для фінансової – швидкість закриття періоду та точність бюджетного контролю; для маркетингової – конверсія, середній чек, частка повторних покупок; для кадрової – частка працівників, які пройшли навчання, та інтенсивність використання цифрових інструментів у щоденній роботі. За такого підходу механізм стає циклічним і забезпечує безперервне нарощування потенціалу.

Для потреб управління доцільно диференціювати підприємства за масштабом діяльності, оскільки саме він визначає ресурсні обмеження, складність бізнес-процесів і допустиму глибину цифровізації. Організація економічного співробітництва та розвитку вказує, що мікро- та малі підприємства зазвичай стартують з базових управлінських і маркетингових застосунків, тоді як середні та великі компанії швидше переходять до інтегрованих платформ і системної роботи з даними [8]. Відповідно сценарії цифрового розвитку мають відрізнятися не лише набором технологій, а й темпом їх впровадження, джерелами експертизи та набором контрольних показників (табл. 2).

Для мікропідприємств і малого бізнесу найбільш результативним є сценарій селективної цифровізації: він орієнтований на швидкий ефект від інструментів, що не потребують значних капітальних витрат і можуть впроваджуватися за моделлю підписки. Для середніх підприємств доцільним є сценарій інтегрованого розвитку, коли окремі функціональні рішення поступово об'єднуються в єдиний інформаційний контур. Великі компанії можуть реалізовувати трансформаційний сценарій із включенням розширеної аналітики, платформ для роботи з даними та елементів штучного інтелекту. Водночас на всіх рівнях критично важливим залишається зв'язок технологічного вибору з бізнес-цілями й організаційною готовністю підприємства.

Очікувані результати впровадження такого підходу мають багатовимірний характер. У фінансовій

Таблиця 2 – Сценарії цифрового розвитку підприємств різного масштабу

Тип підприємства	Пріоритетні цифрові рішення	Сценарій впровадження	Очікуваний ефект
Мікропідприємство	Хмарний облік, електронний документообіг, прості клієнтські сервіси, вебсайт або маркетплейс	Селективна цифровізація	Економія часу, упорядкування операцій, базова цифрова присутність
Мале підприємство	Клієнтські системи, аналітичні панелі для продажів, цифровий маркетинг, інструменти онлайн-продажів	Поступове інтегрування функцій	Зростання продажів, кращий контроль клієнтської бази, швидші рішення
Середнє підприємство	Модульні системи планування ресурсів, бізнес-аналітика, інтеграція фінансів, логістики й продажів	Інтегрований розвиток	Масштабованість процесів, прозорість управління, скорочення витрат
Велике підприємство	Повний цифровий контур управління, розширена аналітика даних, інструменти прогнозування, елементи штучного інтелекту	Трансформаційний сценарій	Стратегічна гнучкість, інноваційність, підсилення конкурентних позицій

Джерело: сформовано авторами на основі [3, с. 1050–1052; 5, с. 231–233; 7, с. 151; 8, с. 49; 9, с. 65, 73, 96]

площині вони проявляються у підвищенні прозорості та якості планування; в операційній – у скороченні часу погодження рішень, зменшенні втрат від неузгодженості даних та прискоренні виробничо-збутового циклу; у маркетинговій – у персоналізації комунікацій, зростанні конверсії та розширенні каналів продажу; у кадровій – у підвищенні цифрової компетентності працівників; в інноваційній – у швидшому тестуванні нових продуктів і сценаріїв розвитку [3; 4; 5; 10]. Відповідно управління потенціалом у цифрову епоху перетворюється на систему безперервного узгодження ресурсів, даних, компетенцій і технологій.

Висновки. Цифровізація змінює зміст і механізми реалізації потенціалу суб'єктів підприємництва, оскільки переносить центр управлінської уваги з простого володіння ресурсами на здатність інтегрувати дані, процеси та компетенції в єдиний результативний контур. Узагальнення наукових джерел дало змогу уточнити поняття потенціалу підприємства як інтегрованої здатності мобілізувати ресурсні, організаційні, інформаційні, ринкові та інноваційні можливості для досягнення стратегічних цілей.

На основі аналізу сучасних публікацій і верифікованих міжнародних даних встановлено, що українські малі та середні підприємства відста-

ють від великого бізнесу за глибиною використання цифрових рішень, а головними бар'єрами залишаються обмежений доступ до фінансових ресурсів, дефіцит досвідчених працівників, нерівномірність цифрових навичок і недостатня інтегрованість інформаційних систем. За цих умов точкове впровадження окремих програм не забезпечує повної реалізації потенціалу.

Наукова новизна дослідження полягає у включенні цифрової зрілості до логіки оцінювання потенціалу підприємства та у розробці поетапного механізму управління, який поєднає діагностику, цілепокладання, впровадження цифрових рішень, розвиток компетенцій і моніторинг результатів. Практична цінність запропонованого підходу визначається можливістю його адаптації для підприємств різного масштабу завдяки матриці відповідності цифрових інструментів окремим складовим потенціалу та сценаріям цифрового розвитку.

Перспективи подальших досліджень доцільно пов'язати з розробленням кількісних моделей оцінювання ефекту цифровізації для окремих складових потенціалу, а також із галузевою адаптацією запропонованого механізму для промислових, торговельних, сервісних та інноваційно орієнтованих підприємств.

Список використаних джерел:

- Ажаман І. А., Жидков О. І. Сутність та структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 22–25. URL: https://www.economy.in.ua/pdf/4_2018/7.pdf
- Алієв Р. А. Сутність поняття «потенціал підприємства» та його складники. *Підприємництво та інновації*. 2019. Вип. 9. С. 54–59. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/9.8>
- Ковальчук А. М., Сафонік Н. П., Щепіна Т. Г. Потенціал використання інструментів цифрового маркетингу в діяльності торговельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2025. № 80. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-150>
- Руденко В. С., Марухленко О. В., Лисенко І. В. Інтеграція Digital Management і цифрового маркетингу у підвищенні конкурентоспроможності компаній. *Економіка та суспільство*. 2025. № 78. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-156>
- Терещенко А. М. Вдосконалення інформаційного забезпечення формування фінансового потенціалу підприємства торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-43>

6. Чопко Н. С., Соболта В. Ю. IT-інструменти в стратегічному управлінні потенціалом підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 8(08). С. 256–260. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.8-42>
7. OECD. Financing Growth and Turning Data into Business: Helping SMEs Scale Up. Paris : OECD Publishing, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1787/81c738f0-en>
8. OECD. OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023. Paris: OECD Publishing, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1787/342b8564-en>
9. OECD. Enhancing Resilience by Boosting Digital Business Transformation in Ukraine. Paris: OECD Publishing, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1787/4b13b0bb-en>
10. Shepeliuk V. Digital Transformation of Accounting and Analytical Processes in Ukraine: Trends, Challenges, and Security Imperatives (2020–2025). *Economics, Finance and Management Review*. 2025. Vol. 3(23). P. 58–66. DOI: <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2025-3-58-66>

References:

1. Azhaman, I. A. & Zhydkov, O. I. (2018). Sutnist ta struktura ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva [The essence and structure of the economic potential of an enterprise]. *Ekonomika ta Derzhava*, no 4, pp. 22–25. Available at: https://www.economy.in.ua/pdf/4_2018/7.pdf (in Ukrainian)
2. Aliiev, R. A. (2019). Sutnist poniattia «potentsial pidpriemstva» ta yoho skladnyky [The essence of the concept of enterprise potential and its components]. *Pidpriemnytstvo ta Innovatsii*, no 9, pp. 54–59. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/9.8> (in Ukrainian)
3. Kovalchuk, A. M., Safonik, N. P., & Shchepina, T. H. (2025). Potentsial vykorystannia instrumentiv tsyfrovoho marketynhu v diialnosti torhovelnykh pidpriemstv [The potential of using digital marketing tools in the activities of trade enterprises]. *Ekonomika ta Suspilstvo*, no 80. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-150> (in Ukrainian)
4. Rudenko, V. S., Marukhlenko, O. V., & Lysenko, I. V. (2025). Intehratsiia Digital Management i tsyfrovoho marketynhu u pidvyshchenni konkurentospromozhnosti kompanii [Integration of digital management and digital marketing in enhancing company competitiveness]. *Ekonomika ta Suspilstvo*, no 78. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-156> (in Ukrainian)
5. Tereshchenko, A. M. (2024). Vdoskonalennia informatsiinoho zabezpechennia formuvannia finansovoho potentsialu pidpriemstva torhivli [Improvement of information support for the formation of the financial potential of a trade enterprise]. *Ekonomika ta Suspilstvo*, no 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-43> (in Ukrainian)
6. Chopko, N. S., & Sobolta, V. Yu. (2023). IT-instrumenty v stratehichnomu upravlinni potentsialom pidpriemstva [Information technology tools in strategic management of enterprise potential]. *Tsyfrova Ekonomika ta Ekonomichna Bezpeka*, no 8(08), pp. 256–260. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.8-42> (in Ukrainian)
7. OECD. (2022). Financing growth and turning data into business: Helping SMEs scale up. OECD Publishing. DOI: <https://doi.org/10.1787/81c738f0-en>
8. OECD. (2023). OECD SME and entrepreneurship outlook 2023. OECD Publishing. DOI: <https://doi.org/10.1787/342b8564-en>
9. OECD. (2024). Enhancing resilience by boosting digital business transformation in Ukraine. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/4b13b0bb-en>
10. Shepeliuk, V. (2025). Digital transformation of accounting and analytical processes in Ukraine: Trends, challenges, and security imperatives (2020–2025). *Economics, Finance and Management Review*, no 3(23), 58–66. DOI: <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2025-3-58-66>

Дата надходження статті: 09.04.2026

Дата прийняття статті: 30.04.2026

Дата публікації статті: 15.05.2026