

УДК 658.51**Инновационная роль цифровых технологий в повышении конкурентоспособности малого бизнеса****Новицкий Виталий Сергеевич**

Основатель и руководитель международного бренда Gleho,
111395, Российской Федерации, Москва, Аллея Маёвки первой, 15;
e-mail: vsnovitsky@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена исследованию инновационной роли цифровых технологий в повышении конкурентоспособности малого бизнеса. Описывается понятие и особенности цифровой трансформации малого бизнеса, которая отождествляется с внедрением цифровых технологий в различные подсистемы бизнеса, достижением инновационного роста. Уточняется процесс цифровой трансформации малого бизнеса и его влияние на конкурентоспособность. Выделены факторы влияния на конкурентоспособность, связанные с развитием конкурентных преимуществ, оптимизацией, автоматизацией, достижением эффекта синергии при слиянии технологий, инновационным ростом и многими другими возможностями. Выделяются особенности цифровой трансформации малого бизнеса, связанные с ограниченностью ресурсов, компетенций, необходимостью обоснования целесообразности внедрения. Сравнительный анализ этапов и подходов к описанию цифровой трансформации бизнеса позволил выделить два ключевых направления повышения конкурентоспособности малого бизнеса в ходе цифровой трансформации – оптимизация бизнес-процессов и улучшение управления взаимоотношениями с клиентами. По итогам исследования раскрыто значение цифровых технологий в рамках обозначенных направлений и уточнено их влияние на повышение конкурентоспособности.

Для цитирования в научных исследованиях

Новицкий В.С. Инновационная роль цифровых технологий в повышении конкурентоспособности малого бизнеса инвестиционных проектов в рамках национальных проектов РФ // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 7А. С. 662-672.

Ключевые слова

Цифровая трансформация, малый бизнес, цифровые технологии, оцифровка бизнес-процессов, поддержка цифровой трансформации, управление взаимоотношениями с клиентами.

Введение

Глобальные вызовы цифровой трансформации бизнеса определяют перспективность и прикладную значимость внедрения цифровых технологий для повышения конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства, поскольку цифровые технологии предоставляют обширный спектр возможностей и становятся фактором инновационного роста, определяют дополнительные направления продвижения в конкурентной среде. Современные бизнес-субъекты сталкиваются с вызовами необходимости внедрения цифровых технологий и их применения в ключевых направлениях хозяйственной активности, поскольку своевременность интеграции новых решений в бизнес становится способом обеспечения соответствия ожиданиям рынка, потребителей, поставщиков, партнеров, развития бизнеса в согласованности с интересами собственника. В целях соответствия рыночной динамике бизнес-субъекты сталкиваются с необходимостью осуществления цифровых трансформаций, ввиду системного проникновения цифровых технологий во все сферы человеческой жизнедеятельности. Именно поэтому внедрение цифровых технологий рассматривается в качестве перспективного направления повышения конкурентоспособности малого бизнеса, предоставляющего обширный спектр конкурентных преимуществ и возможностей инновационного роста.

Актуальность исследования роли цифровых технологий в повышении конкурентоспособности малого бизнеса связывается с существующими ожиданиями владельцев бизнеса от осуществления цифровых трансформаций. Необходимость приобретают процессы не просто внедрения цифровых технологий и определения их влияния на конкурентоспособность малого предприятия, но и уточнения первичных задач и направлений цифровой трансформации, благодаря движению по которым удастся постепенно осуществлять комплексную цифровизацию малого бизнеса, с учетом ограниченности доступных ресурсов и первичных ориентиров цифровой трансформации.

Цель исследования – охарактеризовать роль цифровых технологий в повышении конкурентоспособности малого бизнеса.

Материалы и методы исследования. В рамках исследования использовались методы системного анализа и экспертные оценки для изучения инновационных процессов в традиционной технической отрасли. Основное внимание было уделено изучению литературных источников по менеджменту инноваций и проектному управлению для выявления ключевых факторов, влияющих на успешное внедрение инноваций. Анализ полученных данных проводился с использованием метода проектного анализа для оценки и сопоставления различных подходов к внедрению инноваций в практику предприятий отрасли.

Результаты и обсуждения исследования

Интересы собственников малого бизнеса в осуществлении цифровизации и финансировании мероприятий, связанных с ней, определяются необходимостью соответствовать современному этапу совершенствования экономической системы. Цифровизация как пишет В.А. Плотников является новым этапом в эволюции экономической системы, закономерность течения которого определяет ускорение темпов кооперации и как следствие темпов экономического роста по направлению производственной функции, распределению и обмену, потреблению. Цифровизация становится не только фактором роста,

но и способом новой организации социально-экономических процессов, что по мнению автора является специально организованным, а не стихийным процессом [Плотников, 2022]. Соглашаясь с воззрениями В.А. Плотникова, заметим, что на микроуровне цифровая трансформация малого бизнеса связывается со стремлениями обеспечить инновационный рост, доступность которого определяется внедрением цифровых технологий – прикладных решений, позволяющих выполнять конкретные функции, операции, характеризующиеся определенной выгодой для собственника.

Е.Г. Пашковская в контексте цифровой трансформации субъектов малого предпринимательства отмечает, что цифровая трансформация становится фактором поддержания экономической безопасности, а осознанный переход на использование цифровых технологий рассматривается автором как способ своевременно реагировать на трансформации внешней среды, обеспечивать соответствие внутренней среды динамике и темпам изменчивости внешней. Иными словами, цифровая трансформация рассматривается автором как стремление внедрять цифровые инструменты (элементы Индустрии 4.0) в деятельность бизнеса, с адаптацией к процессам цифровизации и реализацией соответствующих механизмов цифровизации [Пашковская, 2021].

Под механизмом цифровой трансформации субъекта малого предпринимательства в работе Ю.Н. Николаева понимается инструментарий, совокупность определенным образом собранных элементов формирования управленческой системы, которые обеспечивают поддержку цифровой трансформации, т.е. внедрение цифровых инструментов в деятельность компании. Автор выделяет такие элементы механизма цифровой трансформации, как юридическое сопровождение, мотивы, барьеры внешней и внутренней среды, цели, инструменты, финансовое обоснование, технологии и многие другие, которые в совокупности позволяют учитывать потребности бизнеса при осуществлении трансформационных процессов [Николаев, 2023]. Рассматривая управленческие возможности, связанные с цифровым преобразованием предприятий, следует отметить, что внедрение цифровых решений, отождествляемое с цифровой трансформацией, представляет собой наиболее практичный метод поддержки и обеспечения процессов преобразования, направленных на стимулирование роста и развития организации. В данном контексте некоторые исследователи, в частности А.А. Сазонов, предлагают рассматривать не единичную цифровую трансформацию, а целый комплекс цифровых преобразований. Такой подход способен значительно повысить конкурентоспособность малых предприятий, расширить их интеллектуальный потенциал, улучшить инновационные функции и обеспечить качественную оптимизацию бизнес-процессов. Автор фактически рассматривает каждое из обозначенных направлений в качестве прикладного способа цифровой трансформации, объединение которых в единый механизм становится инструментом цифровизации малого бизнеса [Сазонов, 2023].

Соглашаясь с позицией автора, выделим общую схему повышения конкурентоспособности малого бизнеса за счет цифровой трансформации (рис. 1).

Учитывая представленную на рисунке 1 схему цифровой трансформации малого бизнеса, которая в конечном счете сводится к повышению его конкурентоспособности, заметим, что перспективы цифровых трансформаций сводятся к системе влияний:

Во-первых, оптимизация деятельности малого бизнеса, что достигается посредством внедрения цифровых технологий в ключевые бизнес-процессы, связывается с возможностями автоматизации, перевода рутинных задач или типовых операций на программное обеспечение, воздействием определенных преимуществ конкретной технологии и её внедрением в бизнес.

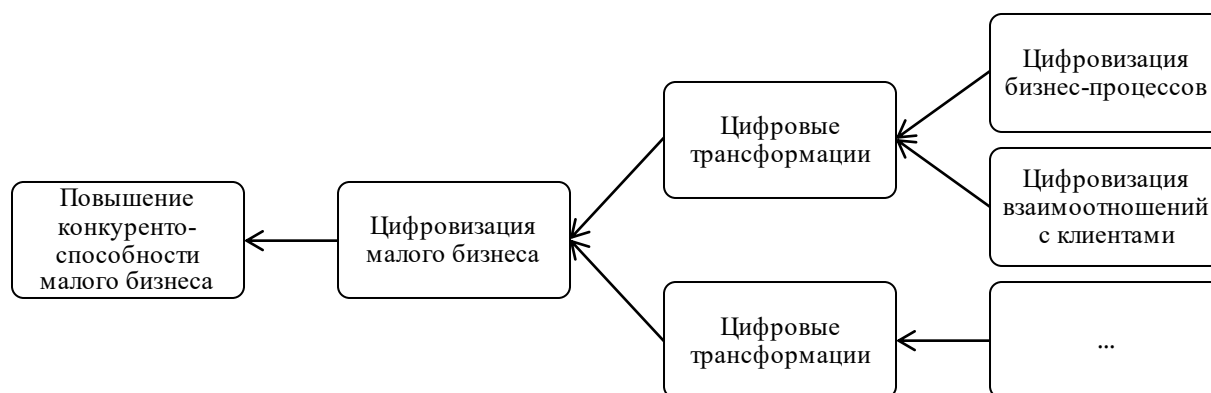


Рисунок 1 - Цифровая трансформация малого бизнеса и её влияние на конкурентоспособность (составлено автором)

Во-вторых, формирование функциональных возможностей, что является следствием внедрения конкретного решения и его конфигураций в малый бизнес – различные технологии предоставляют различный функционал, который в конечном счете предоставляет собственные возможности инновационного роста малого бизнеса, становится средством изменений.

В-третьих, приобретение дополнительных преимуществ, что отражает переход к новым формам хозяйствования, построения взаимоотношений с клиентами, участия в экономической жизни; ярким примером является преодоление барьеров традиционного бизнеса, появление возможностей выходить на рынок электронной коммерции, использовать технологии для продвижения товаров или услуг малого бизнеса в пространстве сети Интернет (и т. д.), что выступает в качестве следствия появления технологий и формирования соответствующей среды, в которых компании взаимодействуют с клиентами сугубо посредством технологий.

В-четвертых, достижение эффекта синергии от применяемого комплекса цифровых технологий, что является следствием внедрения нескольких значимых решений и их объединением в общую цифровую структуру, новую бизнес-модель, построенную на цифровых технологиях. Эффект синергии рассматривается на уровне приобретения преимуществ или дополнительных возможностей, которые возникают стихийно или достигаются целенаправленно при одновременном использовании нескольких технологий, например, связка больших данных и искусственного интеллекта, где по отдельности потенциал каждой технологии является более ограниченным, чем при их совместном использовании.

В-пятых, следует отметить существенное воздействие на основные сферы функционирования, что подтверждает рациональность имплементации цифровых решений в сегмент малого предпринимательства. Эти технологии обладают потенциалом формирования добавочной стоимости для субъектов бизнеса и характеризуются способностью оказывать комплексное влияние на хозяйственную деятельность. Такой подход к цифровизации открывает новые горизонты для оптимизации процессов и повышения эффективности малых предприятий в современных экономических условиях.

С точки зрения цифровой трансформации малого бизнеса А.И. Мордовец подчеркивает необходимость учета особенностей осуществления таких трансформаций [Сазонов, 2022], которые на наш взгляд перекликаются с особенностями малого предпринимательства (как

формы хозяйственной активности) и являются следствием их влияния на цифровую трансформацию малого бизнеса:

- ограниченность ресурсов, накладывающая собственные ограничения в выборе технологий, доступности конкретных решений или их конфигураций, влияющие на итоговый потенциал цифровой трансформации;
- ограниченность компетенций управленческого аппарата и отсутствие возможности прибегать к услугам внешних консультантов, ввиду высокой стоимости таких услуг. Руководство малого бизнеса далеко не всегда в полной мере осознает особенности конкретных технологий и конечную стоимость их внедрения, сроки, необходимые для полноценной отладки;
- необходимость обоснования целесообразности внедрения, постановки конкретных целей, задач и метрик, обеспечения оперативной реализации преобразовательных мероприятий в ходе интеграции цифровых технологий;
- целесообразность начального проведения цифровых преобразований в ключевых сегментах предприятия с последующим постепенным внедрением цифровых технологий в менее приоритетные области.

Учитывая обозначенные особенности цифровой трансформации малого бизнеса, заметим, что первичной задачей в цифровизации, направленной на повышение конкурентоспособности малого бизнеса посредством цифровых технологий, является цифровая трансформация бизнес-модели и бизнес-процессов компании. Как пишут А.И. Семенов и А.Д. Губайдулина, цифровая трансформация бизнес-модели представляет под собой процесс повышения ценности бизнеса (его продуктов или услуг) за счет использования актуальных инструментов цифровизации. Авторы считают, что подобная направленность, основанная на внедрении цифровых технологий, позволяет как создать новую ценность, так и прибавить дополнительную к продуктам или услугам бизнеса. В структуре бизнес-модели авторами выделяются множественные элементы, которые сгруппированы на рис. 2:

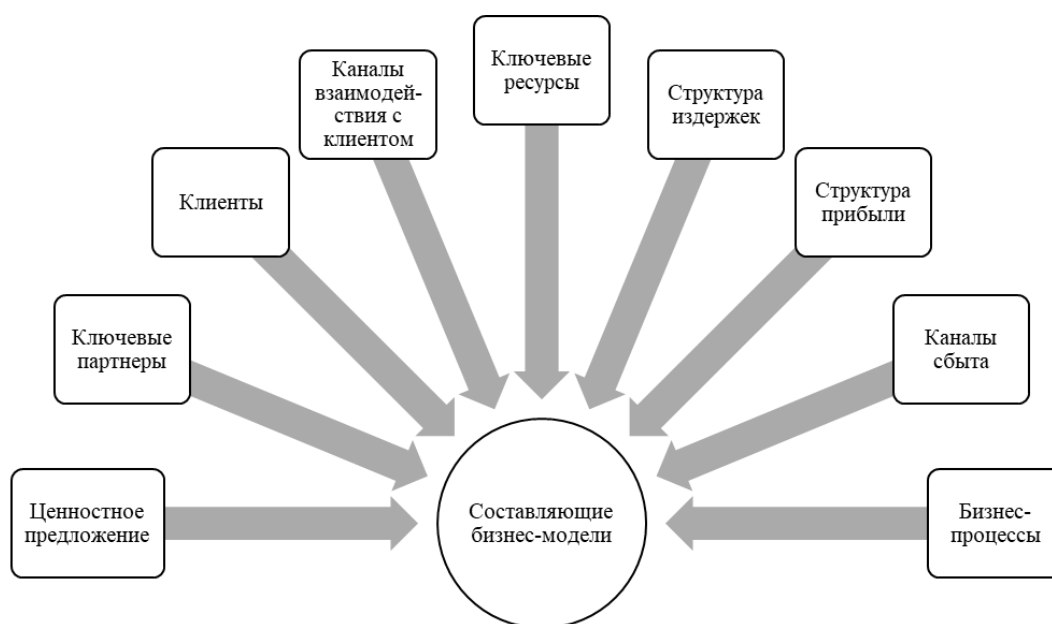


Рисунок 2 - Элементы бизнес-модели малого бизнеса

Примечательными в контексте обозначенных элементов бизнес-модели видятся заявления А.И. Семенова и А.Д. Губайдуллиной о высокой роли клиентских сегментов в процессах цифровой трансформации бизнес-модели. Данное влияние обуславливается тем, что итогом цифровой трансформации бизнеса становится изменение характера формирования отношений бизнеса с клиентами:

- формируется необходимость идентифицировать виртуального клиента, в целях улучшения предложений под его запросы и потенциальные потребности;
- появляются социальные сети – площадки, объединяющие между собой различных потребителей и являющиеся способом (элементом) обязательной коммуникации бизнеса с потребителями;
- актуализируется необходимость вести диалог с клиентом, управлять взаимоотношениями, увеличивать кредит доверия, накапливать репутацию и т. д.;
- увеличивается роль общественного мнения, которое отражает доверие клиентов к бизнесу, становится мерой оценки эффективности внешних коммуникаций [Семёнов, 2021].

Учитывая представленные и многие другие многомерные влияния цифровой трансформации на бизнес, отметим, что ключевыми направлениями цифровой трансформации малого бизнеса становятся: во-первых, интеграция инновационных цифровых решений в основные операционные процессы компании с целью повышения их эффективности; во-вторых, создание продвинутой цифровой платформы для взаимодействия с потребителями, позволяющей оптимизировать управление клиентскими отношениями. Обозначенное подчеркивает важность детального изучения механизмов воздействия цифровых технологий на ключевые компоненты малых предприятий, играющие существенную роль в укреплении их конкурентных позиций.

Как пишет Е.В. Ширинкина, цифровизация бизнес-процессов предприятия становится первичной задачей, определяющей экономический рост и намечающей значительные перспективы развития субъекта предпринимательства за счет использования цифровых технологий и соответствующих решений [Ширинкина, 2021]. Опираясь на исследование автора, заметим перспективность внедрения цифровых технологий, позволяющих осуществлять отладку, моделирование и/или реинжиниринг бизнес-процессов, то есть управление ими и формирование более эффективной структуры бизнес-процессов. Обозначенное находит подтверждение в научных исследованиях, рассматривающих цифровизацию через призму процессного подхода. Например, в работе Н.С. Миронова уровень цифровизации бизнеса раскрывается через характер цифровизации бизнес-процессов. Автором выделяется пять уровней цифровизации бизнес-процессов:

- Внедрение в отдельные бизнес-процессы, что предполагает крайне низкую степень включенности цифровых технологий в деятельность бизнеса, разрозненное представление цифровых технологий.
- Объединение некоторых элементов цифровых технологий в структуре бизнес-процессов.
- Построение полностью работоспособной цифровой модели, в которой оцифрованы операционные и производственные процессы.
- Внедрение инструментов предиктивной аналитики для коррекции бизнес-процессов и бизнес-модели с фокусом на конкретные показатели повышения эффективности бизнеса.
- Формирование открытой структуры бизнес-процессов и бизнес-модели, которая

раскрывается на уровне открытого программного интерфейса, к которому подключаются цифровые технологии.

Е.А. Нигаи также выделяет многоуровневую структуру цифровой трансформации бизнеса, рассматривая в качестве фактора цифровой трансформации направленность цифровых технологий на бизнес-процессы. Автором также выделяется пять уровней цифровой трансформации, в дополнение к которым уточняется «доцифровой этап», связанный с отсутствием каких-либо компьютеров или цифровых инструментов в бизнесе. Ключевые пять этапов цифровизации бизнеса рассматриваются на пяти схожих с концепцией Н.С. Миронова уровнях, однако также выделяются конкретные технологии и решения, применяющиеся в бизнесе (которые по мере продвижения от первого уровня цифровизации бизнеса к последнему расширяются):

- Актуализация вопросов цифровой трансформации – наличие цифрового IQ, т.е. осознание потребности внедрять цифровые технологии.
- Избирательная цифровизация операционных процедур, сопровождаемая внедрением методов сбора и обработки информации, исходя из их значимости для предприятия.
- Осознание потенциала и ключевой роли цифровой среды в развитии предприятия, в соответствии с которыми осуществляется разработка стратегии цифровой трансформации.
- Внедрение комплекса инструментов с наличием систем предиктивной аналитики (используются специальные методы прогнозирования различных исходов, которые позволяют корректировать бизнес-модель и процессы).
- Формирование открытой экосистемы цифровых технологий, т.е. появление открытой цифровой структурой, в которую внедряются в комплексе цифровые технологии.

Перечисленные в исследованиях авторов этапы цифровизации бизнеса становятся факторами формирования комплексной бизнес-модели и оптимизации структуры бизнес-процессов за счет использования цифровых технологий, что позволяет достичь запланированных преимуществ цифровой трансформации бизнеса, приобрести определенные конкурентные преимущества и применять их для повышения конкурентоспособности.

Особое внимание в контексте таких трансформаций стоит уделять вопросам управления взаимоотношениями с клиентами, о чем также пишут Л.Ю. Спицына и соавторы. По их мнению, цифровизация отношений с клиентами определяет целесообразность использования цифровых технологий и связанных с ними систем (программное обеспечение, базы данных и т. п.) для построения эффективного взаимодействия [Спицына, 2022].

Так, отметим, что комплексная цифровая трансформация начинается именно с оптимизации и последующей оцифровки бизнес-процессов, поскольку подобное позволяет:

- улучшить качество и работоспособность бизнес-модели;
- повысить прозрачность функционирования бизнеса;
- обеспечить автоматизацию или улучшение участков, которые ранее создавали потери (ввиду неэффективной организации);
- создать систему отслеживания исполнения процессов;
- синхронизировать процессы и операции между собой;
- выделить точки создания данных (информации), которые впоследствии используются как инструмент поддержки принятия решений.

Отметим, что для управления бизнес-процессами применяются соответствующие решения,

в том числе доступные малому бизнесу в виде облачной технологии, а именно BPM-системы, которые позволяют управлять организацией через бизнес-процессы. Впоследствии функционал BPM-системы применяется не просто для отладки, но и последующей оцифровки бизнес-процессов.

Важнейшим направлением цифровизации малого бизнеса в контексте повышения его конкурентоспособности является и управление взаимоотношениями с клиентами и повышение их эффективности, что доступно за счет внедрения CRM-систем, или специального программного обеспечения, направленного на управление взаимоотношениями с клиентами.

Учитывая перспективность обеих систем, опишем их особенности в контексте внедрения в малый бизнес (таблица 1):

Таблица 1 - Особенности BPM и CRM системы при внедрении в малый бизнес для решения задач повышения конкурентоспособности (составлено автором)

Критерий	BPM	CRM
Понятие	Система управления бизнес-процессами (BPM) – программное обеспечение, нацеленное на оптимизацию и автоматизацию повторяющихся бизнес-процессов для повышения их эффективности	Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) – программное обеспечение, сфокусированное на взаимодействии с клиентами, управлении клиентскими данными и продажами
Функции	- моделирование бизнес-процессов; - автоматизация рабочих процессов; - мониторинг и анализ производительности процессов; - и др.	- управление контактами; - управление продажами; - сервисное обслуживание клиентов; - маркетинг и управление маркетинговыми кампаниями; - и др.
Особенности и преимущества	- повышение эффективности и оптимизация процессов; - гибкость в управлении изменениями; - интеграция с различными системами и приложениями;	- централизованный доступ к информации о клиентах; - повышение удовлетворенности и лояльности клиентов; - оптимизация процессов продаж;
Значение для малого бизнеса	Используется в целях стандартизации процессов и их последующей автоматизации для достижения масштабируемости и снижения издержек от деятельности (основных процессов компании), что выступает катализатором создания уникальных рыночных преимуществ	Представляет собой основной механизм для небольших предприятий в области оптимизации взаимодействия с потребителями, стимулирования сбыта и усиления рекламной деятельности, что способствует укреплению рыночных позиций и созданию уникальных преимуществ перед конкурентами
Проблемы при внедрении	- сложность интеграции с существующими системами; - высокие начальные затраты на внедрение и обучение персонала; - сопротивление изменениям со стороны сотрудников;	- требование к постоянному обновлению данных о клиентах (сохранение актуальности и соответствия); - возможно противодействие сотрудников при смене системы на новую;
Расходы на приобретение и эксплуатацию, а также окупаемость инвестиций	BPM системы обычно нуждаются в существенных первоначальных капиталовложениях для установки и настройки. Тем не менее, они характеризуются высокой окупаемостью, так как способствуют оптимизации рабочих процедур и сокращению текущих затрат на деятельность.	CRM системы, как правило, не требуют значительных капиталовложений при внедрении и предлагают быстрый возврат инвестиций посредством влияния на продажи и обеспечения роста удовлетворенности клиентов, их лояльности

Критерий	ВРМ	CRM
Способность к быстрой адаптации на рынке	ВРМ системы позволяют бизнесу быстро адаптироваться к изменениям рыночных условий за счет гибкого перепроектирования и оптимизации бизнес-процессов	CRM системы позволяют бизнесу реагировать на изменения в предпочтениях и поведении потребителей на рынке за счет анализа данных о клиентах и изменения маркетинговых и продажных стратегий
Улучшение клиентского опыта	ВРМ не фокусируется непосредственно на клиенте, однако оптимизация процессов, как правило, позволяет улучшать клиентский опыт за счет повышения скорости и качества обслуживания, создания дополнительной потребительской ценности по процессам	CRM системы непосредственно ориентированы на повышение качества обслуживания потребителей. Они предлагают средства для индивидуализации коммуникаций, реализации многоканальных маркетинговых стратегий и эффективного ведения клиентской базы.

Учитывая представленные результаты сравнения, заметим, что цифровые технологии становятся фактором инновационного роста, оптимизации, отладки бизнеса, улучшения бизнес-процессов и бизнес-модели, повышения качества взаимоотношений с клиентами в малом бизнесе. Такой подход способствует усилению и сохранению конкурентных преимуществ предприятия благодаря рационализации процессов и росту их результативности, улучшению клиентского сервиса и увеличению объемов реализации, что является следствием создания добавочной стоимости посредством интеграции цифровых технологий в бизнес-модель.

Заключение

Таким образом, по итогам проведенного исследования вопросов цифровой трансформации малого бизнеса, подчеркнем, что цифровая трансформация становится фактором и прикладным инструментом повышения конкурентоспособности субъекта предпринимательства, влияние которого выстраивается за счет оптимизации бизнес-процессов и улучшения (повышения качества управления) взаимоотношений с клиентами. Подобное является следствием функциональности цифровых технологий в обозначенных задачах и одновременно с этим отражает специфические особенности цифровой трансформации малого бизнеса, которая берет начало с внедрения системы управления бизнес-процессами и перестройки взаимоотношений с клиентами, отличается относительно малыми возможностями субъекта предпринимательства финансировать трансформации.

Библиография

1. Миронов Н.С. Подходы к классификации организаций по уровню цифровизации бизнес-процессов. Финансовые рынки и банки. 2022. №5. С. 210-213.
2. Мордовец А.И. Особенности управления предприятиями малого бизнеса в условиях цифровой трансформации национальной экономики. Теория и практика общественного развития. 2023. №4 (182). С. 104-108.
3. Нигай Е.А. Процесс цифровизации бизнеса: от точечной оцифровки бизнес-процессов к цифровой трансформации // ЭТАП. 2022. №2. С. 134-145.
4. Николаев Ю.Н. Механизм цифровой трансформации субъектов малого и среднего предпринимательства. Прогрессивная экономика. 2023. №1. С. 41-54.
5. Пашковская Е.Г. Цифровая трансформация деятельности субъектов малого бизнеса в контексте экономической безопасности. Экономика и управление. 2021. №8 (190). С. 654-666.
6. Плотноков В.А. Цифровизация как закономерный этап эволюции экономической системы. ЭВР. 2020. №2 (64). С. 104-115.
7. Сазонов А.А. Цифровые трансформации как импульс всестороннего развития малого и среднего бизнеса // Московский экономический журнал. 2022. №8. С. 303-314.

8. Семёнов А.И., Губайдуллина А.Д. Цифровая трансформация бизнес-моделей организации. Экономика строительства. 2021. №2 (68). С. 49-55.
9. Спицына Л.Ю., Грибанова Е.Б., Лызин И.А., Спицын В.В. Цифровизация отношений с клиентами промышленных предприятий России: тенденции и закономерности развития Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2022. №3. С. 88-98.
10. Ширинкина Е.В. Многофакторная модель развития цифровизации бизнес-процессов предприятий. Теоретическая и прикладная экономика. 2021. №2. С. 1-10.

The innovative role of digital technologies in improving the competitiveness of small business

Vitalii S. Novitskii

Founder and Head of the International Brand Glexo
111395, 15, Mayevki Pervyi Alley, Moscow, Russian Federation;
e-mail: vsnovitsky@gmail.com

Abstract

This article is dedicated to the study of the innovative role of digital technologies in enhancing the competitiveness of small businesses. It discusses the concept and characteristics of the digital transformation of small business, equated with the implementation of digital technologies in various business subsystems, leading to innovative growth. The process of digital transformation of small business and its impact on competitiveness are clarified. Factors influencing competitiveness, associated with the development of competitive advantages, optimization, automation, achieving a synergy effect through the integration of technologies, innovative growth, and many other opportunities, are highlighted. The peculiarities of the digital transformation of small business, related to limited resources, competencies, and the necessity of justifying the expediency of implementation, are distinguished. A comparative analysis of the stages and approaches to the description of digital transformation of business has allowed identifying two key directions for increasing the competitiveness of small business during digital transformation - optimization of business processes and improvement of customer relationship management. The study reveals the significance of digital technologies within these directions and specifies their impact on enhancing competitiveness.

For citation

Novitskii V.S. (2024) Innovatsionnaya rol' tsifrovyykh tekhnologiy v povyshenii konkurentosposobnosti malogo biznesa [The Innovative Role of Digital Technologies in Improving the Competitiveness of Small Business]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (7A), pp. 662-672.

Keywords

Digital transformation, small business, digital technologies, digitization of business processes, support for digital transformation, customer relationship management.

References

1. Mironov N.S. (2022) Podkhody k klassifikatsii organizatsiy po urovnyu tsifrovizatsii biznes-protssessov [Financial markets and banks] No. 5. P. 210-213.
2. Mordovets A.I. (2023) Osobennosti upravleniya predpriyatiyami malogo biznesa v usloviyakh tsifrovoy transformatsii natsional'noy ekonomiki. [Theory and practice of social development] No. 4 (182). P. 104-108.
3. Nigay E.A. (2023) Protssess tsifrovizatsii biznesa: ot tochechnoy otsifrovki biznes-protssessov k tsifrovoy transformatsii [STAGE] No. 2. P. 134-145.
4. Nikolaev Yu.N. (2021) Mekhanizm tsifrovoy transformatsii sub'yektov malogo i srednego predprinimatel'stva [Progressive economy] No. 1. P. 41-54.
5. Pashkovskaya E.G. (2020) Tsifrovaya transformatsiya deyatel'nosti sub'yektov malogo biznesa v kontekste ekonomicheskoy bezopasnosti [Economy and Management] №8 (190). S. 654-666.
6. Plotnikov V.A. (2020) Tsifrovizatsiya kak zakonomernyy etap evolyutsii ekonomicheskoy sistemy [EVR] №2 (64). S. 104-115.
7. Sazonov A.A. (2022) Tsifrovyye transformatsii kak impul's vsestoronnego razvitiya malogo i srednego biznesa [Moscow Economic Journal] №8. S. 303-314.
8. Semenov A.I., Gubaidullina A.D. (2021) Tsifrovaya transformatsiya biznes-modeley organizatsii. [Construction Economics] №2 (68). S. 49-55.
9. Spitsyna L.Yu., Gribanova E.B., Lyzin I.A., Spitsyn V.V. (2022) Tsifrovizatsiya otnosheniy s klientami promyshlennykh predpriyatiy Rossii: tendentsii i zakonomernosti razvitiya Vestnik OmGU. Seriya [Series: Economy] No. 3. P. 88-98.
10. Shirinkina E.V. (2021) Mnogofaktornaya model' razvitiya tsifrovizatsii biznes-protssessov predpriyati. [Theoretical and applied economics] No. 2. P. 1-10.