

Антон Квітка, Анна Крамаренко, Денис Давидов, Марина Пасмор, Ольга Дячек

## **Дослідження цифрового бізнесу малих і середніх підприємств: приклад України**

Використання доступних цифрових інструментів, особистий людський капітал підприємця та формування й заповнення ринкових ніш вважаються головними факторами процвітання підприємств. Мета статті – виявити вплив досліджень у галузі ведення бізнесу на динаміку операційної та комерційної ефективності малих і середніх підприємств (МСП). Використано методи онлайн-опитування та регресійного аналізу на основі отриманих даних. Виявлено, що МСП постійно потребують аналізу даних, але, незважаючи на потребу в бізнес-аналітиці, вони рідко використовують великі дані (хмарні технології). Більшість малих підприємств, які проводять бізнес-дослідження, використовують цифрові інструменти, що створює гострі проблеми в галузі розвитку персоналу та побудови ефективної моделі аутсорсингу агентів досліджень. На сьогодні економічна ефективність бізнес-досліджень не є чітко вираженою, що пов'язано з суттєвим впливом зовнішніх факторів і низьким рівнем інноваційної та дослідницької активності суб'єктів господарської діяльності.

**Ключові слова:** агенти дослідження, організаційні інновації, бізнес-аналітика, великі дані, хмарні технології

**Класифікація JEL:** M10, M21



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.