

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

УДК 334.012.64:004

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2026-1-28>

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В МІКРОПІДПРИЄМНИЦТВІ

Р. В. КОЛОДІЙ

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2895-6437>

Анотація. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні системи ключових принципів управління діджиталізацією мікропідприємств та визначенні їх впливу на адаптивність, конкурентоспроможність і сталий розвиток бізнесу в умовах динамічного ринку. **Методика дослідження.** У дослідженні застосовано системний і процесний підходи та методи аналізу й узагальнення, спираючись на концепції цифрової трансформації, клієнтоорієнтованого управління й сталого розвитку бізнесу. **Результати.** Доведено, що управління діджиталізацією мікропідприємств має ґрунтуватися на взаємопов'язаних принципах клієнтоорієнтованості, гнучкості, інтеграції процесів, даних-орієнтованих рішень, безпеки та розвитку цифрової культури. **Практична значущість результатів дослідження.** Практична цінність результатів полягає у можливості їх використання мікропідприємствами для формування стратегій діджиталізації, розвитку цифрової культури та забезпечення інноваційного й сталого зростання бізнесу.

Ключові слова: діджиталізація, мікропідприємство, управління, цифрова культура, клієнтоорієнтованість, аналітика даних, інноваційність, сталий розвиток.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Управління процесами діджиталізації в мікропідприємстві, засноване на чітко сформованому та взаємопов'язаному наборі принципів, набуває вирішального значення в умовах посилення конкуренції, прискорення технологічних змін і зростання вимог з боку споживачів та партнерів. Для мікропідприємств, які характеризуються обмеженими фінансовими, кадровими й організаційними ресурсами, саме принципово орієнтоване управління діджиталізацією дозволяє уникнути фрагментарного впровадження цифрових рішень та забезпечити їх узгодженість із загальною стратегією розвитку бізнесу.

Реалізація процесів діджиталізації на основі визначених принципів сприяє підвищенню операційної ефективності, прозорості бізнес-процесів і якості управлінських рішень, а також створює умови для системного впровадження інновацій. Водночас орієнтація на клієнта, використання даних у процесі прийняття рішень, розвиток цифрової культури та дотримання вимог інформаційної безпеки забезпечують формування довіри з боку споживачів і партнерів, що є критично важливим для довгострокової конкурентоспроможності мікробізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних умовах прискореної цифрової трансформації економіки та поширення цифрових бізнес-моделей особливої актуальності набуває наукове осмислення підходів до управління процесами діджиталізації у мікропідприємстві. Проаналізовані науковці, а саме: Soltanifar M., Hughes M., Göcke L. [1], Kraus S., Palmer C., Kailer N., Kallinger F., Spitzer J. [2], Fossen F., Sorgner A. [3], Nambisan S. [4], Vadana I., Torkkeli L., Kuivalainen O., Saarenketo S. [5], Youssef A., Boubaker S., Dedaj B., Carabregu-Vokshi M. [7], які висвітлюють різні аспекти цифровізації підприємницької діяльності та її впливу на розвиток мікро- і малих підприємств. Представлені дослідження формують вагоме теоретико-методичне підґрунтя для подальшого вивчення процесів діджиталізації у мікропідприємстві. Спільним для більшості публікацій є акцент на стратегічній ролі цифрових технологій, гнучкості бізнес-моделей і потенціалі цифровізації для стимулювання підприємницької активності. Водночас значна частина наукових підходів має переважно концептуальний характер і недостатньо враховує специфіку управління цифровими трансформаціями в умовах обмежених ресурсів, підвищених ризиків та необхідності поєднання економічної ефективності з соціальною й екологічною відповідальністю, що зумов-

лює потребу в подальших прикладних дослідженнях у цьому напрямі.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є формування та теоретичне обґрунтування комплексу принципів управління діджиталізацією мікропідприємств і оцінка їх значення для підвищення результативності діяльності, гнучкості реагування на ринкові зміни та забезпечення довгострокового розвитку в умовах цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Управління процесами діджиталізації в мікропідприємстві включає низку ключових принципів, які допомагають оптимізувати внутрішні процеси та забезпечити стале зростання бізнесу (рис. 1).

Орієнтація на клієнта є фундаментальним принципом управління процесами діджиталізації в мікропідприємстві, який передбачає побудову всіх бізнес-процесів із зосередженням уваги на потребах та очікуваннях клієнтів [1]. Суть цього принципу полягає в тому, що успіх компанії тісно пов'язаний зі спроможністю задовольняти і перевершувати очікування своїх клієнтів, що в свою чергу сприяє збільшенню лояльності, підтримці позитивного іміджу бренду та зростанню прибутковості. У центрі орієнтації на клієнта лежить глибоке розуміння їхніх потреб, бажань та поведінки через збір та аналіз даних, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції, вдосконалювати продукти та сервіси, а також оптимізувати клієнтський досвід на всіх етапах взаємодії з брендом. Врахування відгуків клієнтів і швидке реагування на них дозволяє не лише виправляти недоліки, але й адаптувати бізнес-модель та інноваційні підходи

відповідно до змінюваних уподобань клієнтів. Таким чином, орієнтація на клієнта в діджиталізації мікропідприємств вимагає від компаній бути гнучкими, відкритими до змін та завжди шукати нові способи покращення клієнтського сервісу та досвіду з використанням цифрових технологій.

Гнучкість і масштабованість являють собою ключовий принцип управління процесами діджиталізації, особливо в контексті мікропідприємництва, де ресурси часто обмежені, а потреба швидко адаптуватися до змін на ринку є критичною [2]. Сутність цього принципу полягає в створенні такої бізнес-моделі та впровадженні таких технологій, які дозволяють підприємству легко адаптуватися до нових вимог ринку, змін у поведінці споживачів або технологічних нововведень без значного збільшення витрат чи втрати якості послуг чи продукції. Гнучкість передбачає можливість швидкої зміни стратегії, процесів, продуктів або послуг у відповідь на зовнішні чи внутрішні виклики, не втрачаючи при цьому ефективності. Вона включає в себе використання модульних технологій, автоматизацію та цифровізацію процесів, що дозволяє компаніям швидко масштабувати свою діяльність вгору або вниз залежно від поточних потреб. Масштабованість в свою чергу означає здатність компанії збільшувати обсяги виробництва або послуг без пропорційного зростання витрат. Це досягається за рахунок використання обчислювальних ресурсів у хмарі, створення ефективних ланцюгів поставок, оптимізації робочих процесів та інших заходів. Такий підхід дозволяє мікропідприємствам швидко реагувати на ринкові можливості та зростаючий попит, одночасно зберігаючи контроль над витратами і забезпечуючи високий рівень обслуговування



Рис. 1. Принципи управління процесами діджиталізації в мікропідприємстві

Джерело: побудовано автором на основі літератури [1–7]

клієнтів. У результаті, гнучкість і масштабованість дозволяють мікропідприємствам не тільки виживати, але й процвітати в динамічному бізнес-середовищі, ефективно адаптуючись до змін і використовуючи нові технології для забезпечення сталого розвитку та розширення бізнесу.

Інтеграція процесів є ключовим принципом управління процесами діджиталізації в мікропідприємстві, який передбачає об'єднання різноманітних бізнес-операцій та функцій в єдину координовану систему для підвищення ефективності, зниження витрат і покращення якості обслуговування клієнтів [3]. Суть цього принципу полягає в тому, що шляхом злиття технологій, процедур та даних між різними підрозділами компанії створюється цілісна система, яка дозволяє легше відстежувати та аналізувати всі аспекти діяльності підприємства. Це сприяє виявленню і усуненню непотрібних дублювань у роботі, зменшенню помилок і збільшенню швидкості обробки інформації та виконання завдань. Інтеграція процесів уможливує гармонійну роботу всіх відділів, що в свою чергу покращує співпрацю між співробітниками та підвищує загальну продуктивність. Вона також дозволяє компаніям більш ефективно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, оскільки інтегровані системи легше адаптуються до нових викликів та можливостей. Завдяки цьому, мікропідприємства стають більш гнучкими та здатними швидко впроваджувати інновації, що є вирішальним фактором успіху в сучасному динамічному бізнес-середовищі.

Аналітика та прийняття рішень на основі даних становлять фундаментальний принцип у сфері діджиталізації, особливо важливий для мікропідприємств, які прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність та ефективність [4]. Суть цього принципу полягає в зборі, систематизації та аналізі великих обсягів даних для виявлення закономірностей, тенденцій та важливих інсайтів, які можуть бути використані для обґрунтованого прийняття рішень. Цей підхід дозволяє підприємствам не лише реагувати на поточні виклики, але й антиципувати майбутні зміни на ринку, оптимізувати внутрішні процеси, покращити продукти та сервіси, а також забезпечити більш ефективне ціноутворення та маркетингові стратегії. Застосування аналітики даних передбачає використання передових технологій та методологій, таких як машинне навчання, штучний інтелект, статистичний аналіз, що дозволяє глибше зрозуміти поведінку клієнтів, ефективність робочих процесів та ринкові тенденції. Такий підхід сприяє створенню культури прийняття рішень, заснованої на доказовій базі, замість інтуїтивних чи ад-хок рішень, що значно знижує ризик помилок і збільшує шанси на успіх. Впровадження аналітики та прийняття рішень на основі даних вимагає від мікропідпри-

ємств інвестицій в технології збору та обробки даних, а також розвитку навичок аналітики серед співробітників. Однак, результатом таких інвестицій стає здатність компанії швидко адаптуватися до змін, ефективно управляти ресурсами та підвищувати задоволеність клієнтів, що в кінцевому підсумку сприяє сталому зростанню та розвитку бізнесу.

Безпека даних в контексті управління процесами діджиталізації є критично важливим принципом, особливо для мікропідприємств, які в сучасному цифровому світі стикаються зі зростаючими загрозами кібербезпеки [5]. Суть цього принципу полягає в розробці та впровадженні комплексу заходів, спрямованих на захист конфіденційності, цілісності та доступності даних. Це включає не тільки технічні аспекти, як-от шифрування, резервне копіювання, антивірусний захист, але й організаційні міри, такі як розробка політик конфіденційності, навчання співробітників основам кібергігієни та регулярне тестування систем на вразливість. Важливість безпеки даних обумовлена збільшенням обсягів зберігання та обробки інформації в електронному вигляді, а також зростанням кількості кібератак. Недбале ставлення до безпеки даних може призвести не лише до втрати важливої бізнес-інформації, але й до фінансових збитків, втрати репутації та довіри з боку клієнтів, а в деяких випадках і до юридичних наслідків через невиконання вимог законодавства про захист даних. Забезпечення безпеки даних вимагає від мікропідприємств постійної уваги та адаптації до нових загроз. Це стосується не тільки використання передових технологій захисту, але й підтримки культури безпеки в організації, де кожен співробітник розуміє свою роль у захисті інформаційних активів компанії. При цьому, ефективна стратегія безпеки даних має бути гнучкою, щоб можна було швидко адаптуватися до змін в технологіях та загрозах, забезпечуючи при цьому неперервність бізнес-процесів та високий рівень обслуговування клієнтів.

Цифрова культура та навчання становлять основу для ефективної діджиталізації в мікропідприємствах, підкреслюючи важливість не лише технологій, але й людського фактора в процесі цифрової трансформації [6]. Сутність цього принципу полягає в створенні та підтримці середовища, де цифрові технології є частиною повсякденного життя компанії, а співробітники мотивовані до постійного навчання та освоєння нових інструментів і методик. Це передбачає не лише надання доступу до необхідних ресурсів і технологій, але й культивування відкритості до змін, готовності експериментувати та адаптуватися до нових умов роботи. У центрі розвитку цифрової культури лежить розуміння, що успішна цифрова трансформація вимагає змін в менталітеті та

поведінці кожного співробітника. Це означає, що керівництво та команди повинні сприймати цифрові інструменти не як вимушену необхідність, а як можливість для покращення продуктивності, якості роботи та задоволення клієнтів. Для цього компанії організують тренінги, вебінари, майстер-класи та інші форми навчання, щоб підвищити рівень цифрової грамотності своїх співробітників та забезпечити їм знання та вміння, необхідні для ефективної роботи в цифровому середовищі. Важливою складовою цифрової культури є також створення безпечного середовища для обміну думками та ідеями, де співробітники можуть ділитися своїм досвідом та навчатися один від одного. Це сприяє не тільки підвищенню ефективності роботи, але й зміцненню командного духу та взаєморозуміння всередині організації. Таким чином, цифрова культура та навчання є не просто про впровадження новітніх технологій, а про створення екосистеми, де інновації та неперервне вдосконалення є нормою. Це дозволяє мікропідприємствам не тільки адаптуватися до швидкозмінного цифрового світу, але й активно формувати майбутнє, використовуючи можливості, які відкривають цифрові технології.

Інноваційність та експериментування відіграють центральну роль в процесах діджиталізації мікропідприємств, підкреслюючи необхідність постійного пошуку нових рішень, підходів та ідей для підвищення конкурентоспроможності та ефективності бізнесу [7]. Суть цього принципу полягає в тому, що успіх в сучасному динамічному бізнес-середовищі часто залежить від здатності швидко адаптуватися до змін, випереджати потреби ринку та запропонувати клієнтам новітні та унікальні продукти або послуги. Це вимагає від мікропідприємств не тільки впроваджувати існуючі цифрові технології, але й активно експериментувати з новими ідеями, навіть якщо це супроводжується ризиком невдачі. У центрі інноваційності та експериментування лежить переконання, що для досягнення прориву необхідно вийти за рамки звичного та випробувати щось нове, що може включати розробку нових продуктів, послуг, бізнес-моделей або вдосконалення існуючих процесів. Цей принцип також підкреслює важливість культури, в якій помилки вважаються необхідною частиною навчального процесу, а не як провал, що сприяє створенню відкритого та підтримуючого середовища для інновацій. Експериментування дозволяє компаніям тестувати гіпотези в контрольованих умовах, швидко збирати зворотній зв'язок від ринку та коригувати свої стратегії відповідно до отриманих даних. Це також сприяє розвитку гнучкості в ділових операціях, дозволяючи компаніям ефективно реагувати на непередбачені зміни та виклики. Таким чином, інноваційність та експериментування не

лише сприяють створенню нових вартісних пропозицій для клієнтів, але й формують основу для сталого розвитку та зростання мікропідприємства в умовах постійно змінюваного цифрового ландшафту. Вони вимагають від керівництва та команд відкритості до нових ідей, готовності до ризику та невинного прагнення до вдосконалення, що разом створюють міцну основу для інноваційного розвитку.

Екологічна стійкість у контексті управління процесами діджиталізації мікропідприємств відіграє важливу роль, оскільки сучасні компанії все більше зосереджуються на зниженні свого впливу на довкілля та сприянні сталому розвитку. Сутність цього принципу полягає в інтеграції екологічно відповідальних практик і технологій у всі аспекти діяльності компанії, від оптимізації використання ресурсів до розробки та впровадження продуктів та послуг, які зменшують негативний вплив на навколишнє середовище. Цей принцип вимагає від мікропідприємств не тільки дотримання існуючих екологічних стандартів та законодавства, але й активного пошуку способів для покращення екологічної ефективності їхньої діяльності. Це може включати використання відновлювальних джерел енергії, мінімізацію відходів через їх переробку та повторне використання, а також розробку екологічно чистих та енергоефективних продуктів. Окрім зниження впливу на довкілля, екологічна стійкість також передбачає залучення та взаємодію з зацікавленими сторонами, включаючи споживачів, бізнес-партнерів, місцеві громади та урядові організації, з метою сприяння загальному екологічному добробуту. Це підкреслює важливість прозорості та відповідальності у звітності про екологічні досягнення та цілі, створюючи позитивний імідж компанії та підвищуючи її привабливість для клієнтів, інвесторів та інших ключових зацікавлених сторін. Таким чином, екологічна стійкість не лише сприяє збереженню навколишнього середовища, але й відкриває нові можливості для бізнесу через інновації та покращення корпоративної репутації. Вона стимулює мікропідприємства до розробки нових, стійких бізнес-моделей, що можуть забезпечити довгостроковий успіх у все більш конкурентному та екологічно свідомому світі.

Співпраця та партнерство є ключовими принципами в управлінні процесами діджиталізації мікропідприємств, акцентуючи на важливості взаємодії з іншими організаціями, групами чи індивідами для досягнення спільних цілей [5,6]. Ці поняття, хоч і тісно пов'язані, мають деякі відмінності у своїх значеннях та застосуванні. Співпраця передбачає взаємодію між двома або більше сторонами для вирішення спільних завдань або досягнення спільних цілей, не обов'язково маючи формальні договірні зобов'язання. Вона може

бути короткотерміною чи проектною, де учасники об'єднують ресурси, знання або технології для вирішення конкретного завдання. Співпраця сприяє обміну ідеями, розвитку інновацій та забезпеченню більш ефективного виконання робіт через об'єднання різноманітних навичок та досвіду. Партнерство, з іншого боку, є більш формалізованою та тривалою формою взаємодії, яка передбачає створення довгострокових відносин між сторонами на основі взаємних зобов'язань, які часто закріплюються договорами. Партнерство орієнтоване на досягнення спільних стратегічних цілей, розвиток бізнесу та розширення можливостей через спільні інвестиції, ресурси та ризики. Воно може включати широкий спектр форм, від спільних підприємств до довгострокових ділових угод, і вимагає від сторін глибшого рівня взаємної довіри та взаємозалежності. Різниця між співпрацею і партнерством полягає в глибині та тривалості взаємодії, а також у рівні формалізації зобов'язань між сторонами. Співпраця часто є більш гнучкою та менш зобов'язуючою, що дозволяє швидко реагувати на зміни та використовувати взаємодоповнюючі можливості. Партнерство ж вимагає від сторін більшої відданості та інвестицій часу та ресурсів у спільні проекти чи стратегічні ініціативи. Обидва принципи відіграють важливу роль у діджиталізації мікропідприємств, сприяючи не тільки технологічному розвитку та інноваціям, але й створенню міцних відносин, які можуть сприяти сталому зростанню та успіху в довгостроковій перспективі.

Прозорість та відповідальність є фундаментальними принципами в управлінні процесами діджиталізації, зокрема у мікропідприємстві, де вони сприяють побудові довіри та зміцненню відносин з клієнтами, партнерами та суспільством в цілому [2,3]. Прозорість передбачає відкритість і доступність інформації про діяльність компанії, її рішення, продукти та послуги, що дозволяє зовнішнім зацікавленим сторонам отримувати повну та правдиву картину про її роботу. Це включає ясну звітність про фінансові показники, екологічний вплив, управління персоналом та інші аспекти, що можуть впливати на рішення та сприйняття компанії зацікавленими сторонами. Відповідальність у свою чергу означає, що компанія не тільки зобов'язується діяти відповідально

в соціальному, екологічному та економічному контекстах, але й готова нести відповідальність за наслідки своїх дій. Це включає відповідальне ставлення до ресурсів, дбайливе відношення до співробітників, клієнтів, партнерів та довкілля, а також відповідальне реагування на будь-які проблеми або виклики, що виникають у процесі діяльності. Принципи прозорості та відповідальності тісно пов'язані між собою, оскільки прозорість є основою для відповідальної поведінки, дозволяючи зацікавленим сторонам моніторити та оцінювати дії компанії. Водночас, відповідальність спонукає компанію до підтримки високого рівня прозорості, щоб підкріпити свої зобов'язання дійсними діями та результатами. Застосування цих принципів дозволяє мікропідприємствам підвищити довіру серед споживачів та інших зацікавлених сторін, зміцнювати свою репутацію та покращувати відносини з громадськістю. Крім того, це сприяє створенню корпоративної культури, заснованої на етиці та відповідальності, що є критично важливим для сталого розвитку та успіху в довгостроковій перспективі.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Отже, управління процесами діджиталізації в мікропідприємстві вимагає комплексного застосування принципів, які охоплюють орієнтацію на клієнта, інноваційність, безпеку даних та інші ключові аспекти, спрямовані на підвищення ефективності та сталого розвитку. Залучення до співпраці та партнерства, а також підтримка прозорості та відповідальності зміцнюють довіру серед зацікавлених сторін та сприяють позитивній корпоративній репутації. Впровадження цих принципів дозволяє мікропідприємствам не лише адаптуватися до швидкозмінних умов ринку, але й відкриває нові можливості для зростання та інновацій у майбутньому. Водночас системне дотримання визначених принципів формує основу для розвитку цифрової культури та підвищення управлінської зрілості мікропідприємств. Це сприяє більш раціональному використанню обмежених ресурсів і зниженню ризиків, пов'язаних із цифровими трансформаціями. У довгостроковій перспективі такий підхід забезпечує зміцнення конкурентних позицій мікробізнесу та його стійкість у цифровій економіці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Soltanifar M., Hughes M., Göcke L. Digital Entrepreneurship. *Future of Business and Finance*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6>
2. Kraus S., Palmer C., Kailer N., Kallinger F., Spitzer J. Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, no. 25 (2), pp. 353–375. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
3. Fossen F., Sorgner A. Digitalization of work and entry into entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 2019, no. 125, pp. 548–563. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.019>

4. Nambisan S. Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2017, no. 41, pp. 1029–1055. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
5. Vadana I., Torkkeli L., Kuivalainen O., Saarenketo S. Digitalization of companies in international entrepreneurship and marketing. *International Marketing Review*, 2019, no. 37, pp. 471–492. DOI: <https://doi.org/10.1108/imr-04-2018-0129>
6. Rachinger M., Rauter R., Müller C., Vorraber W., Schirgi E. Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 2019, no. 30 (8), pp. 1143–1160. DOI: <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2018-0020>
7. Youssef A., Boubaker S., Dedaj B., Carabregu-Vokshi M. Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120043>

REFERENCES:

1. Soltanifar, M., Hughes, M., & Göcke, L. (2021). Digital Entrepreneurship. *Future of Business and Finance*. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6>
2. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, no. 25 (2), pp. 353–375. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
3. Fossen, F., & Sorgner, A. (2019). Digitalization of work and entry into entrepreneurship. *Journal of Business Research*, no. 125, pp. 548–563. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.019>
4. Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, no. 41, pp. 1029–1055. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
5. Vadana, I., Torkkeli, L., Kuivalainen, O., & Saarenketo, S. (2019). Digitalization of companies in international entrepreneurship and marketing. *International Marketing Review*, no. 37, pp. 471–492. DOI: <https://doi.org/10.1108/imr-04-2018-0129>
6. Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, no. 30 (8), pp. 1143–1160. DOI: <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2018-0020>
7. Youssef, A., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M. (2020). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120043>

Roman Kolodiy, Lviv Polytechnic National University. *Principles of managing digitalization processes in microentrepreneurship*

Abstract. Purpose. The purpose of the study is to substantiate a system of key principles for managing digitalization processes in microenterprises and to determine their role in ensuring adaptability, competitiveness, and sustainable business development in a dynamic market environment. **Methodology.** The study employs systemic and process-based approaches to the analysis of digitalization in microenterprises, as well as methods of logical generalization, structural analysis, comparison, and abstraction. The theoretical framework is based on modern concepts of digital transformation, customer-oriented management, digital culture, and sustainable business development. **Results.** It is proven that effective management of digitalization processes in microenterprises should be based on a set of interrelated principles, including customer orientation, flexibility and scalability, integration of business processes, analytics and data-driven decision-making, information security, development of digital culture and staff training, innovation and experimentation, environmental sustainability, cooperation and partnership, transparency, and responsibility. It is substantiated that the comprehensive implementation of these principles contributes to the optimization of internal processes, increased efficiency in resource utilization, the formation of sustainable relationships with customers and partners, and enhanced adaptability of microenterprises to technological and market changes. **Practical significance.** The practical value of the research results lies in their applicability for microenterprises in developing and adjusting digitalization strategies, fostering digital culture, strengthening trust among stakeholders, and creating prerequisites for innovative and sustainable growth. The proposed approach can be applied in small business management practice as well as in the development of programs supporting the digital transformation of entrepreneurship.

Keywords: digitalization, microentrepreneurship, management, digital culture, customer orientation, data analytics, innovation, sustainable development.

Стаття надійшла: 29.12.2025

Стаття прийнята: 14.01.2026

Стаття опублікована: 30.01.2026