

з інструменту розвитку та фактору підвищення ефективності діяльності на джерело додаткових витрат і організаційних дисфункцій.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Каліберда М. С. Стратегічне управління підприємством в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. №50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-71>
2. Касьян С., Гринько Т. Теоретико-методичні аспекти формування механізму управління стратегічними змінами в умовах цифровізації економічного простору. *Економіка та суспільство*. 2025. № 82. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-120>.
3. Гринько Т. В. Розуміння впливу цифрової трансформації на рекламну кампанію. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2023. №320(4). С. 136-142. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-320-4-20>.

Д-р екон. наук Гринько Т. В., Щитовська Б. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОДЕЛІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СТРУКТУР В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Сучасна економіка перебуває на етапі глибокої трансформації, зумовленої цифровізацією усіх сфер діяльності. Цифрові технології стають ключовим чинником конкурентоспроможності, інноваційного розвитку та стратегічного управління бізнесом. В умовах цифрової ери ключем до успіху є гнучкість та швидкість управлінських рішень, що вимагає постійної адаптації стратегічного управління до динамічних умов [1]. Трансформація бізнес-моделей має ґрунтуватися на даних, автоматизації, цифрових платформах та інноваційних технологіях [4]. Оскільки цифрова економіка докорінно змінює як інструменти, так і моделі ведення бізнесу, від керівників вимагається стратегічна перебудова мислення.

Під моделями стратегічного розвитку бізнес-структур розуміють системи рішень, спрямованих на досягнення довгострокових цілей організації в умовах динамічного цифрового середовища. Такі моделі базуються на поєднанні традиційних принципів стратегічного управління з інноваційними цифровими підходами, що забезпечують швидкість, гнучкість і адаптивність бізнесу. «Чисті» цифрові моделі трапляються рідко – зазвичай вони є гібридними [3].

Цифровізація змінює не лише технології, а й саму логіку ведення бізнесу. Якщо раніше компанії покладалися переважно на лінійні процеси та стабільні ринки, то сьогодні успіх визначається швидкістю реакції, здатністю до інновацій та умінням працювати з даними. У цих умовах формується нове покоління стратегічних моделей, у яких традиційні принципи менеджменту поєднуються з цифровими рішеннями, орієнтованими на динаміку змін.

Однією з найпоширеніших є цифрово-орієнтована модель (Digital-Driven Model). Її сутність полягає в інтеграції цифрових технологій у всі бізнес-процеси – від виробництва до управління клієнтським досвідом. Компанії на кшталт Amazon чи Rozetka демонструють, що цифрова інфраструктура може стати не просто інструментом, а основою самої бізнес-моделі. Тут кожен процес – від обробки замовлення до аналізу споживчої поведінки – підкріплений даними, автоматизацією та аналітикою.

Інша важлива тенденція – інноваційно-мережева модель (Innovation & Network Model). У світі відкритих даних і глобальної співпраці жодна компанія не розвивається ізольовано. Бізнес переходить до партнерських екосистем, де обмін знаннями, технологіями та ресурсами стає джерелом спільного зростання. Такі мережі формуються на основі цифрових платформ, що дають змогу поєднувати інтереси різних учасників ринку, створюючи синергію.

Не менш значущою є клієнтоцентрична модель (Customer-Centric Model), яка в умовах цифрової конкуренції виходить на перший план. Сучасний споживач очікує не просто якісного продукту, а персоналізованого досвіду – швидкої комунікації, індивідуальних пропозицій і прозорості взаємодії. Завдяки технологіям штучного інтелекту, CRM-системам і чат-ботам компанії мають змогу глибше розуміти потреби клієнтів і будувати з ними довготривалі відносини, засновані на довірі.

Окреме місце займає агілерна модель (Agile Business Model) – підхід, який перетворює гнучкість на стратегічну перевагу. Agile дозволяє компаніям швидко реагувати на зміни, експериментувати, впроваджувати інновації без тривалих бюрократичних процедур. Методології Scrum і Lean допомагають командам працювати ефективніше, фокусуючись на реальних потребах клієнтів і результатах,

а не на формальних процесах. Застосування Agile дозволяє бізнесу реагувати на зміни ринку, коригувати стратегію і підходи ітеративно [2].

Завершує цей перелік платформна модель (Platform-Based Model), яка стала основою бізнесу таких гігантів, як Google, Uber чи Airbnb. Ці компанії не просто створюють продукт – вони будують цифрові екосистеми, що об'єднують користувачів, виробників і партнерів у єдиному середовищі. Мережевий ефект таких платформ забезпечує масштабування бізнесу, створюючи нові цінності для всіх учасників ринку.

Цифровізація сприяє появі нових форматів бізнесу – e-commerce, fintech, edtech, smart logistics тощо. Для традиційних компаній стратегічна цифрова трансформація означає не просто автоматизацію процесів, а й зміну корпоративної культури, структури управління, формування цифрових компетентностей персоналу.

Успішна реалізація моделей цифрового розвитку передбачає:

- аналіз цифрової зрілості підприємства;
- впровадження цифрової стратегії відповідно до ринкових умов;
- побудову системи управління даними;
- використання штучного інтелекту та аналітики для прийняття стратегічних рішень;
- розвиток гнучких організаційних структур.

Отже, моделі стратегічного розвитку бізнес-структур в умовах цифровізації ґрунтуються на принципах інноваційності, клієнтоорієнтованості, гнучкості та інтеграції цифрових технологій. Цифрова трансформація відкриває для підприємств нові можливості підвищення ефективності, конкурентоспроможності та стійкості на глобальному ринку. Вибір оптимальної моделі розвитку залежить від рівня цифрової зрілості компанії, специфіки галузі та стратегічних цілей бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Каліберда М. С. Стратегічне управління підприємством в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-71>.
2. Звягінцева О. Agile: як гнучкі методи змінюють бізнес. Kyivstar Business Hub. 12.03.2025. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/agile-yak-gnuchki-metodi-zminyuyut-biznes>.

3. Колешня Я. О. Сучасні цифрові бізнес-моделі: сутність, огляд та особливості. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 24. С. 87-91.
4. Литовченко О. Ю., Дячек В. В., Мітін М. О. Трансформація бізнес-моделей підприємств в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-36>.

Грицик О. Ю., д-р екон. наук Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інтернет-магазин є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства, оскільки дозволяє розширити канали збуту та забезпечити доступ до ширшої аудиторії споживачів. У сучасних умовах цифрової трансформації бізнесу компанії, які використовують електронну комерцію, отримують переваги у вигляді збільшення обсягів продажів, оптимізації витрат та підвищення рівня клієнтського сервісу. Конкурентоспроможність підприємства значною мірою визначається його здатністю адаптуватися до змін ринкового середовища та впроваджувати інноваційні рішення, зокрема цифрові інструменти торгівлі [2].

Інтернет-магазин дозволяє підприємству працювати 24/7, що створює додаткові можливості для залучення клієнтів, адже покупці можуть здійснювати замовлення у будь-який зручний час. Це особливо важливо в умовах зростаючих очікувань споживачів щодо швидкості та доступності сервісу. Окрім того, електронна комерція сприяє географічному розширенню ринку, оскільки підприємство може продавати товари не лише у межах локального регіону, а й на національному чи навіть міжнародному рівні. Таким чином, інтернет-магазин стає інструментом масштабування бізнесу без значних інвестицій у фізичну інфраструктуру [1].

Важливо також враховувати, що інтернет-магазин підвищує ефективність маркетингових комунікацій підприємства. Цифрові платформи дозволяють збирати дані про поведінку споживачів, аналізувати їхні вподобання та формувати персоналізовані пропозиції. Це сприяє підвищенню рівня лояльності клієнтів і збільшенню конверсії продажів. Використання інструментів аналітики дає