

*К. В. Кривобок, к.е.н., доцент,
С. Є. Пшеницька, здобувач вищої освіти
ХНЕУ ім. С. Кузнеця*

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

У сучасних умовах господарювання поняття «стратегія підприємства» набуває особливої значущості, оскільки воно є основою для формування довгострокових цілей та визначення шляхів їх досягнення. В умовах глобалізації, цифрової трансформації та постійної турбулентності зовнішнього середовища підприємства стикаються з необхідністю швидкої адаптації до нових викликів, зокрема зростання конкуренції, технологічних змін та нестабільності економічного середовища. Саме стратегія дає змогу підприємству не лише орієнтуватися у складному ринковому просторі, але й забезпечувати ефективне використання ресурсів, розвивати конкурентні переваги та формувати інноваційні напрями розвитку, що забезпечує актуальність обраного напрямку дослідження.

Наукове вивчення сутності та змісту поняття «стратегія підприємства» дозволяє систематизувати існуючі підходи до його трактування, уточнити ключові категорії та розробити практичні рекомендації щодо їх застосування у вітчизняних і зарубіжних компаніях. Це особливо актуально для економіки України, яка перебуває в умовах структурних трансформацій і потребує ефективних управлінських інструментів для досягнення сталого розвитку [1, 3]. Дослідження питання стратегічного розвитку займалися багато вчених та практиків у галузі менеджменту і стратегічного управління: О. Ареф'єва, С. Бабич І. Ансофф, А. Чендлер, П. Друкер, М. Портер, Г. Мінцберг, А. Лафлей, Г. Саймон, це лише кілька з численних авторів, чії роботи вплинули на розвиток стратегічного управління, але врахування аспектів впливу цифрової трансформації в стратегічному управлінні підприємством були недостатньо вивчені. В умовах цифрової трансформації стратегічне управління набуває ще більшої значущості, вимагаючи інтеграції новітніх технологій, адаптації до швидких змін та врахування цифрових конкурентних переваг [1, 2, 4].

Важливим фактором в сучасних особливостях стратегічного розвитку виступає зміна поведінки споживачів. Сучасні клієнти очікують персоналізованих продуктів і послуг, зручних цифрових каналів комунікації, швидкості та прозорості у взаємодії з бізнесом. Це вимагає від підприємств упровадження нових цифрових інструментів у маркетинг, продажі, логістику та обслуговування. Не менш значущою є роль цифрової трансформації у забезпеченні стійкості бізнесу до кризових явищ. Глобальні економічні коливання, пандемії та воєнні виклики змушують компанії шукати інноваційні шляхи збереження безперервності діяльності. Використання цифрових платформ і дистанційних технологій дозволяє підприємствам підтримувати роботу навіть у складних умовах [2, 4].

Цифрова трансформація сприяє інтеграції національних економік у світовий простір, підвищує прозорість бізнесу та створює нові можливості для залучення інвестицій. Державна політика у більшості країн орієнтована на стимулювання цифровізації, що виявляється у впровадженні електронного урядування, цифрових сервісів та розвитку інноваційної інфраструктури [3].

Цифрова трансформація – це комплексний процес інтеграції сучасних цифрових технологій у всі сфери діяльності підприємства чи організації, що змінює бізнес-моделі, процеси управління, корпоративну культуру та взаємодію зі споживачами, для підвищення ефективності, конкурентоспроможності і гнучкості бізнесу в умовах швидких змін зовнішнього середовища.

Основні особливості цифрової трансформації: всеосяжність – впроваджуються не лише окремі технології (ERP, CRM, Big Data), а перебудовується вся бізнес-система. Зміна бізнес-моделей – компанії переходять від традиційних моделей (продаж продукту) до сервісних та платформних (наприклад, SaaS, маркетплейси). Дані як основа рішень – ключовим ресурсом стають дані, їх збір, аналітика та використання для прогнозування. Орієнтація на клієнта – персоналізовані послуги, індивідуальний підхід, омніканальність комунікацій. Висока швидкість адаптації – гнучкість стратегій та використання Agile, Scrum, Kanban у проєктному управлінні. Інноваційність –

інтеграція штучного інтелекту, машинного навчання, блокчейну, Інтернету речей, хмарних рішень. Зміна корпоративної культури – орієнтація на відкритість, готовність до інновацій, розвиток цифрових компетенцій персоналу. Екосистемний підхід – компанії вже не діють ізольовано, а стають частиною цифрових екосистем (наприклад, Amazon, Google, Rozetka) [1, 3].

Отже цифрова трансформація – це не просто впровадження нових технологій, а стратегічне оновлення бізнесу, яке забезпечує довгострокову конкурентоспроможність у цифрову епоху. Вона є не просто трендом, а необхідною умовою ефективного функціонування та розвитку підприємств у сучасних умовах. Вона забезпечує підвищення їхньої конкурентоспроможності, гнучкість бізнес-процесів, адаптивність до викликів середовища та створює основу для довгострокового сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О. В., Бабич С. М. Стратегічні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства в цифровому економічному просторі. Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі : монографія / за ред. Ареф'єва О. В. Київ : ФОП Маслаков, 2019. 342 с.

2. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Формування системи конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах цифровізації. Підприємництво: сучасні виклики, тренди та трансформації : колективна монографія / за заг. ред. Гринько Т. В. Вид-во : ФОП Біла К. О., 2023. С. 121–186.

3. Дергачова В. В., Колешня Я. О. Цифрова трансформація промислових підприємств як зміна бізнес-моделі та корпоративного мислення. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2024. № 28. С. 46–50. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.28.2024.302773>

4. Кривобок К. В. Адаптаційні аспекти соціально-економічного розвитку підприємств Розділ монографії : Сучасні промислові революції та удосконалення механізмів сестейнового соціально-економічного розвитку: монографія / за ред. проф. Л.Г. Мельника, Суми: Університетська книга, 2021. 416 с. С. 109 – 124