

Сірук Олександр Миколайович
аспірант;

Бреус Світлана Василівна
доктор економічних наук, професор,
Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-566-5-12>

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах глобальних трансформацій цифровізація стала ключовим чинником зміни економічного ландшафту. Суб'єкти господарювання, особливо у сфері торгівлі, стикаються з необхідністю перегляду традиційних стратегій конкурентного розвитку. Цифрове середовище формує нові правила гри, де швидкість адаптації, технологічна гнучкість та клієнтоцентричність стають визначальними перевагами. Актуальність дослідження зумовлена потребою у формуванні ефективних стратегій, здатних забезпечити стійке позиціонування підприємств у цифровій економіці.

Конкурентна стратегія є певною програмою підприємства, спрямованою на досягнення стратегічних цілей, що сприяє формуванню конкурентних переваг на ринку, також, це поняття можна розуміти, як сукупність принципів діяльності підприємства та його взаємодії, перспективних цілей підприємства, відповідних рішень щодо вибору інструментів досягнення зазначених цілей та орієнтованості на ділову активність [1]. У цифровому середовищі вона трансформується з орієнтації на продукт чи ціну до орієнтації на дані, клієнтський досвід та інновації. За даними досліджень, цифровізація бізнесу передбачає використання цифрових інструментів у здійсненні діяльності бізнес організації, а не лише оцифрування масиву даних [2] та сприяє формуванню нової організаційної культури, заснованої на довірі, взаємоповазі, навчанні протягом життя та балансі між професійним і особистим розвитком,

що є основою для сталого конкурентного розвитку. Конкурентна стратегія є порівняно новим інструментом, процесом при досягненні запланованих цілей та результатів підприємства. Необхідність її використанні спричинена зростанням конкуренції на ринку [3].

Сучасні моделі конкурентних стратегій у сфері торгівлі формуються під впливом цифрової трансформації та потреби підприємств швидко адаптуватися до змін ринкового середовища. Вони включають цифрову диференціацію, що передбачає створення унікальних цифрових сервісів, які формують додану вартість для споживачів, впровадження сучасного UX-дизайну, інтуїтивно зрозумілих інтерфейсів, персоналізованих пропозицій і програм лояльності. Такий підхід дозволяє підприємствам формувати емоційний зв'язок із клієнтом, підвищувати довіру до бренду та зміцнювати конкурентні позиції на ринку.

Важливою складовою є операційна ефективність, яка досягається завдяки автоматизації бізнес-процесів, переходу на електронний документообіг, використанню хмарних технологій і CRM-систем. Ці інструменти забезпечують оптимізацію витрат, скорочення часу на виконання операцій і підвищення точності управлінських рішень. Застосування аналітичних платформ дає можливість швидко відстежувати динаміку продажів, реагувати на зміни попиту й гнучко управляти запасами товарів.

Інноваційне лідерство у торгівлі ґрунтується на впровадженні сучасних технологій – штучного інтелекту (AI), аналітики великих даних (Big Data), блокчейну, інтернету речей (IoT). Вони забезпечують прогнозування ринкових тенденцій, автоматичне формування індивідуальних пропозицій для клієнтів, безпечність і прозорість транзакцій. Такі інновації дозволяють компаніям випереджати конкурентів, швидше адаптуватися до поведінки споживачів і створювати нові бізнес-моделі з високим рівнем цифрової інтеграції.

Ще одним стратегічним напрямом є платформа цифрової взаємодії, що передбачає допомогу компаніям проєктувати, створювати, керувати та оптимізувати цифрову взаємодію з клієнтами [4]. Такий підхід сприяє розширенню каналів збуту, посиленню синергії між учасниками ринку, обміну даними та

зниженню транзакційних витрат. Участь у партнерських цифрових мережах дозволяє малим і середнім торговельним підприємствам отримувати доступ до інноваційних технологій, що раніше були доступні лише великим гравцям ринку.

У практичному вимірі формування конкурентних переваг у сфері торгівлі цифрові інструменти відіграють ключову роль, оскільки вони забезпечують моніторинг задоволеності клієнтів, прогнозування попиту, управління ланцюгами постачання та оптимізацію товарних запасів. Завдяки інтегрованим ІТ-рішенням підприємства отримують можливість виявляти приховані закономірності споживчої поведінки, розробляти адресні маркетингові кампанії та оперативно коригувати асортиментну політику.

Окрім того, зростає значення управління людським капіталом у цифровому середовищі. HR-платформи та аналітичні системи дозволяють здійснювати оцінку компетенцій персоналу, планування професійного розвитку, визначення потенціалу працівників та прогнозування кадрових потреб. Це забезпечує більш ефективний розподіл трудових ресурсів і створює умови для формування цифрової корпоративної культури, орієнтованої на інновації, швидкість і якість обслуговування клієнтів. Важливе значення мають також HR-платформи, які забезпечують оцінку компетенцій персоналу, планування професійного розвитку та прогнозування кадрових потреб [5].

Ключовими чинниками успішної цифрової стратегії є інвестиції в розвиток цифрової інфраструктури, підвищення рівня цифрових компетентностей персоналу, забезпечення гнучкості організаційної структури підприємства та аналітична підтримка управлінських рішень. Компанії, що активно інтегрують цифрові технології у стратегічне управління, відзначаються більшою адаптивністю до ринкових змін, вищою продуктивністю, ефективнішою оптимізацією бізнес-процесів та зростанням рівня клієнтської лояльності.

Водночас цифрова трансформація супроводжується низкою суттєвих викликів, серед яких кадровий дефіцит фахівців із цифрових технологій, ризики кібербезпеки, нерівномірність доступу

до інноваційних рішень серед малих і середніх підприємств, а також спротив змінам із боку персоналу. Для подолання зазначених бар'єрів необхідне системне впровадження державних програм підтримки цифровізації бізнесу, розвиток механізмів публічно-приватного партнерства та створення інституційних умов для підвищення рівня цифрової грамотності працівників усіх рівнів.

Розвиток конкурентних стратегій у цифровому середовищі трансформаційної економіки вимагає системного підходу, що поєднує технологічні інновації, управлінську гнучкість та гуманітарні цінності. Суб'єкти господарювання, здатні адаптуватися до цифрових викликів, отримують стійкі конкурентні переваги, формують нову організаційну культуру та забезпечують довгострокову ефективність у глобальному середовищі.

Список використаної літератури:

1. Войтко С. В., Хворостянюк О. І. Поняття стратегій конкурентоспроможності у сучасній теорії менеджменту. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2024 р.). Київ, 2024. С. 50.
2. Дикань О. В. Вплив технологій індустрії 4.0 на реалізацію стратегій диверсифікованого зростання бізнесу. *Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика*. 2023. С. 340-342.
3. Соболева Г. Г. Теоретичні основи конкурентної стратегії та конкурентоспроможності підприємства. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3, No. 3. С. 19–26. DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240303.03>.
4. Від SMS до DXP, або Що таке платформа цифрової взаємодії і для чого вона потрібна. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/vid-sms-do-dxp-abo-sho-take-platforma-cifrovoyi-vzayemodiyi-i-dlya-chogo-vona-potribna/>
5. 12 найкращих програм і платформ для кадрів. URL: <https://squeezegrowth.com/uk/best-hr-platforms-software/>