

2. Гаврилук І. Аналіз наявних підходів до оцінювання та прогнозування рівня військово-економічної безпеки держави: закордонний та вітчизняний досвід // *Military science*. 2025. 186–200 с.

3. Сироватко В. Адаптація оборонного потенціалу до нових викликів сучасної війни: уроки для України // *Вісник Львівського університету*. 2025. 405–417 с.

УДК: 330.341.1:004.67:005.591.4

КРАВЧЕНКО О.М., студентка 4 курсу

Науковий керівник – **ОДНОРОГ М.А.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Досліджено теоретико-методичні засади формування бізнес-моделі підприємства в умовах цифрової трансформації економіки. Обґрунтовано сутність інноваційних підходів до проектування та трансформації бізнес-моделі з урахуванням цифровізації бізнес-процесів.

Ключові слова: бізнес-модель, цифрова трансформація, інновації, цифровізація, платформна економіка, конкурентоспроможність, екосистема бізнесу.

Глобальні процеси цифрової трансформації економіки змінюють характер конкуренції, структуру ринків і механізми створення вартості. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, хмарних сервісів, великих даних (Big Data), штучного інтелекту та цифрових платформ спричиняє формування нових форматів взаємодії між виробниками, споживачами та партнерами. У таких умовах традиційні бізнес-моделі підприємств часто виявляються неефективними або втрачають конкурентні переваги.

Цифрова трансформація вимагає від підприємств не лише модернізації окремих процесів, а комплексного переосмислення логіки функціонування бізнесу. Саме бізнес-модель стає центральним елементом стратегічного управління, оскільки визначає способи створення, доставки та монетизації цінності. Відтак актуальним є дослідження інноваційних підходів до формування бізнес-моделі підприємства в умовах цифрової економіки [1, с. 65].

Бізнес-модель підприємства відображає логіку створення, пропонування та отримання цінності. У традиційному розумінні вона описує, яким чином підприємство формує продукт або послугу, яким сегментам споживачів її пропонує та за рахунок яких механізмів отримує прибуток.

В умовах цифрової економіки змінюється характер ключових ресурсів – ними стають інформація, дані, цифрові платформи, програмне забезпечення та інтелектуальний капітал. Зростає роль нематеріальних активів і мережевих ефектів. Бізнес-модель набуває динамічного характеру, оскільки повинна постійно адаптуватися до технологічних змін і трансформацій споживчих потреб [2, с. 40].

Інноваційні підходи до формування бізнес-моделі підприємства в умовах цифрової трансформації доцільно систематизувати за такими напрямками:

1. Цифровізація ціннісної пропозиції.

Підприємства створюють цифрові продукти, інтегрують онлайн-сервіси, впроваджують персоналізацію на основі аналізу даних. Формується концепція «розумного продукту», що поєднує фізичний товар із цифровими сервісами.

2. Платформізація бізнесу.

Поширення цифрових платформ забезпечує створення багатосторонніх ринків, де підприємство виступає посередником між різними групами користувачів. Платформна модель дозволяє масштабувати діяльність без пропорційного зростання витрат.

3. Data-driven управління.

Прийняття управлінських рішень на основі аналітики великих даних підвищує ефективність планування, маркетингу та логістики. Дані стають стратегічним активом підприємства.

4. Гнучкість та адаптивність бізнес-моделі.

Використання agile-підходів, швидке тестування гіпотез (MVP), експериментальне впровадження інновацій дозволяють мінімізувати ризики та оперативно реагувати на зміни ринку.

5. Екосистемний підхід.

Підприємства формують партнерські мережі та інтегруються у цифрові екосистеми, що забезпечує синергію ресурсів і розширення ринкових можливостей [3].

У цифровому середовищі трансформуються всі складові бізнес-моделі:

- Споживчі сегменти – стають глобальними та цифрово орієнтованими.
- Канали збуту – переходять у цифрові формати (онлайн-платформи, мобільні додатки).
- Взаємовідносини з клієнтами – базуються на CRM-системах і персоналізованих комунікаціях.
- Потoki доходів – доповнюються підписними моделями, freemium, цифровими сервісами.
- Ключові ресурси – включають IT-інфраструктуру, дані, цифрові компетенції персоналу.

Таким чином, цифрова трансформація змінює не окремі елементи, а всю архітектуру бізнес-моделі.

Формування інноваційної бізнес-моделі забезпечує:

- підвищення конкурентоспроможності;
- розширення ринків збуту;
- оптимізацію витрат;
- прискорення інноваційних процесів;
- зростання вартості підприємства.

Водночас цифрова трансформація пов'язана з ризиками (кіберзагрози, технологічна залежність, потреба у значних інвестиціях), що вимагає стратегічного управління змінами.

Отже, в умовах цифрової трансформації економіки бізнес-модель підприємства стає ключовим інструментом стратегічного розвитку. Інноваційні підходи до її формування передбачають цифровізацію ціннісної пропозиції, платформізацію бізнесу, використання аналітики даних, гнучкі методи управління та екосистемну взаємодію.

Трансформація бізнес-моделі має комплексний характер і охоплює всі її структурні елементи. Підприємства, які здатні інтегрувати цифрові технології в логіку створення та монетизації цінності, отримують стійкі конкурентні переваги та можливість довгострокового розвитку.

Перспективи подальших досліджень доцільно спрямувати на розробку методичних інструментів оцінювання ефективності цифрової бізнес-моделі та визначення механізмів управління її трансформацією в умовах нестабільного економічного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лісова Р. Концепція успішної цифрової трансформації бізнес-моделі. Матеріали конференцій Молодіжної наукової ліги. 2020. С. 65–67.
2. Teece D.J. Business Models and Dynamic Capabilities. Long Range Planning. 2018. No. 51(1). P. 40–49.
3. Шостак Л., Більо І., Ульяницький А. Бізнес-моделі підприємства у цифрову епоху: зарубіжний досвід. Економіка та суспільство. 2024. № 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-154>