

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Шостак Людмила Василівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і торгівлі,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
ORCID: 0000-0001-8786-9582
Lshostak14@gmail.com

Садовська Маргарита Леонідівна

здобувач вищої освіти другого рівня,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
sadvovska.marharyta2023@vnu.edu.ua

Матвійчук Софія Ростиславівна

здобувач вищої освіти першого рівня,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
matviichuk.sofia2023@vnu.edu.ua

Дана стаття присвячена аналізу ключових елементів, які впливають на розвиток та адаптацію бізнес-моделей в умовах швидкого технологічного прогресу. Авторами обґрунтовано, чому бізнесам необхідно впроваджувати цифрові технології для збереження конкурентоспроможності в умовах сучасного ринку. Описано основні компоненти бізнес-моделі, такі як ціннісна пропозиція, цільова аудиторія, канали продажів, а також структура витрат і доходів. Акцентується увага на значенні інновацій для формування конкурентоспроможної бізнес-моделі, а також роль досліджень і розробок у цьому процесі. В процесі дослідження авторами розглянуто використання даних для прийняття обґрунтованих рішень і покращення бізнес-процесів. Підкреслюється необхідність зміни корпоративної культури та структури організації для успішної реалізації цифрової трансформації. У даному дослідженні аналізується вплив новітніх технологій на структуру та функціонування бізнес-моделей, зокрема, на процеси створення вартості, взаємодію з клієнтами та управління ресурсами. Особливо увага приділяється методам адаптації підприємств до цифрових змін, включаючи використання аналітики даних, автоматизації та інтеграції цифрових платформ. Розкривається роль інновацій у створенні конкурентних переваг та необхідність гнучкості бізнес-моделей для реагування на швидкі зміни ринкового середовища. Стаття надає практичні рекомендації для менеджерів щодо оптимізації бізнес-процесів у контексті цифрової трансформації. У сучасному світі цифрова трансформація стає ключовим фактором, що впливає на успіх підприємств у різних секторах економіки. Цей процес вимагає перегляду традиційних бізнес-моделей і впровадження нових стратегій, що дозволяють адаптуватися до швидко змінюваного ринкового середовища. Формування ефективної бізнес-моделі в умовах цифровізації передбачає не лише впровадження новітніх технологій, але й гнучкість у управлінні ресурсами, інноваційний підхід до створення вартості та зміцнення взаємозв'язків із клієнтами. У цьому контексті стратегічні аспекти бізнес-моделей набувають особливої ваги, оскільки підприємства повинні визначити, як інтегрувати цифрові рішення у свою діяльність, щоб забезпечити стійкість і конкурентоспроможність. Дослідження цих аспектів є критично важливим для розуміння нових можливостей і викликів, що постають перед підприємствами в епоху цифрових технологій. У статті акцентується увага на необхідності інтеграції цих стратегічних аспектів для формування ефективної та стійкої бізнес-моделі в умовах цифрової трансформації.

Ключові слова: стратегія, бізнес-модель, стратегічне управління, цифрова економіка, цифрова трансформація, бізнес, цифрові технології.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2024.3.11>

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Сучасні підприємства стикаються з необхідністю адаптації до швидких змін, які спричинені розвитком цифрових технологій. Цифрова трансформація вимагає від компаній не лише модернізації окремих бізнес-процесів, але й повного перегляду бізнес-моделі. Стрімкий розвиток технологій, таких як штучний інтелект, великі дані, хмарні обчислення та Інтернет речей, змушує підприємства змінювати стратегії, що впливає на всі аспекти бізнесу. В умовах цифрової економіки клієнти мають доступ до більшої кількості інформації, і їхні очі-

кування щодо продуктів та послуг постійно зростають. Це вимагає від компаній розробки нових підходів до взаємодії зі споживачами. Цифровізація знижує бар'єри для виходу на нові ринки, що призводить до зростання конкуренції як на локальному, так і на глобальному рівнях. Багато компаній стикаються з проблемою браку кваліфікованих кадрів, які можуть ефективно використовувати нові технології. Цифрові інновації вимагають реорганізації бізнес-процесів, включаючи розподіл ресурсів, управління ризиками та оптимізацію витрат.

Вирішення цих проблем вимагає стратегічного підходу до формування бізнес-моделі, яка буде гнучкою, інноваційною та стійкою до швидких змін в умовах цифрової трансформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цифрова трансформація змінює бізнес-ландшафт, спонукаючи компанії до формування нових бізнес-моделей. Дослідники вказують на різноманітні аспекти цих змін, акцентуючи увагу на взаємозалежності між цифровізацією та розвитком підприємств. Наприклад, Девід М. [1, с. 323] підкреслює, що в епоху цифрової економіки інформаційний обмін стирає внутрішні та зовнішні кордони компаній, змінюючи традиційні рамки бізнесу. Це вимагає нових підходів до управління. Маффей А., Гран С., Нуур С. [2, с. 767] зазначають, що цифровізація може створювати ситуації, де підвищення ефективності призводить до збільшення споживання, а не зменшення витрат. Це може сприяти формуванню стійких бізнес-моделей. Лісова Р. [3, с. 65] акцентує на важливості інтеграції мереж і пропонує нові ринкові моделі бізнесу. Цифровізація дозволяє компаніям адаптуватися до швидко змінюваного ринку. Масік Б., Владусик Л., Несіч С. [4, с. 39] вважають, що компанії повинні трансформувати свої традиційні бізнес-моделі у нові «цифрові» моделі, що відповідають сучасним вимогам. Це передбачає переосмислення ціннісних пропозицій і бізнес-процесів.

Незважаючи на активне дослідження факторів цифрової трансформації, існує брак глибоких досліджень механізмів побудови ефективних бізнес-моделей з урахуванням інтелектуально-інноваційного контенту. Це обмежує можливості підприємств у підвищенні конкурентоспроможності.

Формування цілей статті. Мета даного дослідження полягає у визначенні ключових підходів та інструментів, які дозволять підприємствам успішно адаптуватися до нових умов, що виникають через розвиток цифрових технологій. Основним завданням є розробка стратегії, яка допоможе підприємствам не лише інтегрувати цифрові інновації у свої процеси, але й перебудувати всю бізнес-модель, забезпечивши її відповідність новим вимогам ринку.

Методи дослідження. Для вивчення стратегічних аспектів формування бізнес-моделі підприємства в умовах цифрової трансформації були використані наступні методи дослідження:

1. Аналіз літератури – автори вивчили наукові статті, монографії з теми цифрової трансформації та бізнес-моделей для формування теоретичної бази.

2. Порівняльний аналіз – передбачає вивчення різних бізнес-моделей у контексті цифрової трансформації з метою визначення ефективності та адаптивності.

3. Системний підхід – проводиться шляхом комплексного дослідження впливу цифровізації на всі аспекти діяльності підприємства, що дозволяє врахувати взаємозв'язки між різними елементами бізнес-моделі.

Ці методи дозволяють отримати глибоке розуміння стратегічних аспектів формування бізнес-моделі підприємства, адаптованої до умов цифрової трансформації,

а також виявити нові можливості для інноваційного розвитку.

Результати дослідження. Формування бізнес-моделі підприємства в умовах цифрової трансформації має свої унікальні особливості, що відрізняють її від традиційних підходів. Цифрова трансформація не лише змінює внутрішні процеси, а й переосмислює всю логіку ведення бізнесу, взаємодію з клієнтами та підхід до створення цінності. Цифровізація більшості процесів на підприємстві супроводжується використанням хмарних сервісів, штучного інтелекту, автоматизації та інших цифрових технологій для оптимізації операційних процесів, а також переходом до використання платформ, які об'єднують клієнтів, партнерів та постачальників, сприяючи обміну даними і співпраці в режимі реального часу.

Цифрова трансформація, спочатку визначена дослідниками наприкінці ХХ століття, виходячи за межі звичайних технологій, суттєво змінила підхід до ведення бізнесу. Сучасне суспільство не може уникнути цього феномену, оскільки цифрова трансформація визначає конкурентоспроможність підприємств, одночасно впливаючи на них як позитивно, так і негативно. В перспективі, успішність у сфері бізнесу залежатиме від здатності компаній швидко приєднатися до глобального процесу цифрової трансформації. З використанням безлічі цифрових каналів і засобів комунікації з клієнтами, підприємства мають можливість зібрати та проаналізувати значну кількість даних про уподобання своєї аудиторії [5].

Все більшої популярності набувають застосування цифрових каналів для продажу, обслуговування та маркетингу (вебсайти, мобільні додатки, соціальні мережі тощо) та використання технологій Big Data для збору та аналізу поведінки клієнтів, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції і підвищувати лояльність клієнтів.

Формування бізнес-моделей бізнесу в умовах цифрової трансформації стає неможливим без фокусування на даних, які стають новим джерелом вартості. Компанії можуть використовувати аналітику для розробки нових продуктів та послуг на основі потреб клієнтів і ринкових тенденцій. Багато підприємств відходять від традиційної моделі продажу продуктів і впроваджують моделі надання послуг або підписки (наприклад, «software as a service» – SaaS).

Компанії в умовах цифрової трансформації змінюють свої структури, щоб швидко реагувати на зміни ринку. Застосовуються гнучкі методи управління, такі як Agile або Scrum. В умовах цифрової трансформації все більше стають важливим аспектом співпраця з іншими компаніями, стартапами та дослідницькими установами, що сприяє швидкій адаптації інноваційних рішень. Підприємства стають частиною цифрових екосистем, де взаємодіють з іншими учасниками ринку для створення спільних продуктів і послуг.

Побудова бізнес-моделі є основою для аналізу взаємодії фірми із зовнішнім середовищем та процесів перетворення ресурсів у цінність для споживачів. Розроблення нової чи модифікація існуючої бізнес-моделі передбачає аналіз чинників, що максимізують довготермінову прибутковість бізнесу. Тому бізнес-модель фірми

є основним інструментом стратегічного аналізу й розроблення стратегії розвитку бізнесу. Вона допомагає структурувати й переводити стратегію фірми на операційний рівень та підвищувати ймовірність реалізації стратегічних цілей. Відповідно до методології побудова бізнес-моделі є невід'ємною частиною процесу розроблення стратегії та в подальшому проведенні стратегічного аналізу діяльності фірми на галузевому ринку [6].

При формуванні ефективної бізнес-моделі підприємства насамперед необхідно побудувати стратегію або так звану стратегічну карту.

Стратегія побудови бізнес-моделі – це комплексний план, який визначає, як підприємство створюватиме, доставлятиме та отримуватиме цінність у рамках своєї діяльності. У контексті цифрової трансформації, стратегія побудови бізнес-моделі має враховувати нові технологічні можливості та зміни в ринкових умовах.

Стратегічне формування бізнес-моделі може охоплювати наступний комплекс процедур:

1. Аналіз ринку та клієнтських потреб, що передбачає виявлення змін в поведінці споживачів та нові можливості, які відкривають цифрові інструменти, а також визначення основних сегментів клієнтів та специфіку їхніх потреб у цифрову епоху.

2. Формування ціннісної пропозиції розробкою продукту або послуги, що відповідає потребам клієнтів та вирізняється від конкурентів завдяки використанню цифрових технологій. Також впровадження цифрових рішень, таких як штучний інтелект, автоматизація або інтернет речей, для покращення функціональності продукту чи послуги.

3. Створення архітектури бізнес-процесів оцінивши процеси, які можуть бути автоматизовані або оптимізовані завдяки цифровим рішенням та впровадженням системи, що дозволяють підприємству швидко реагувати на зміни на ринку та впроваджувати інновації.

4. Вибір бізнес-моделі монетизації через визначення форми заробітку компанією на своїх продуктах чи послугах – чи через прямі продажі, чи через модель підписки.

5. Оцінка цифрових ризиків і кібербезпеки – впровадження заходів для захисту конфіденційної інформації та забезпечення кібербезпеки, а також оцінка потенційних ризиків, пов'язаних із використанням нових технологій, та розробка планів їх мінімізації.

6. Створення партнерських відносин шляхом встановлення партнерських відносини з технологічними постачальниками та іншими компаніями для спільного створення цінності та використанням спільних платформ та продуктів для розширення можливостей бізнес-моделі.

7. Управління змінами та розвиток персоналу навчанням персоналу новим технологіям та адаптуйте організаційну культуру до цифрових змін, внесення зміни до структури компанії, щоб забезпечити гнучкість у впровадженні цифрових ініціатив.

8. Впровадження нових технологій інвестуючи в сучасні ІТ-системи, які допоможуть ефективніше керувати бізнесом та підвищувати продуктивність та використовуючи штучний інтелект, хмарні обчислення

та великі дані для автоматизації процесів і зменшення витрат.

Цифрові технології кардинально змінюють спосіб ведення бізнесу, тому стратегія побудови бізнес-моделі має враховувати всі аспекти цифрової трансформації, включаючи нові ринкові можливості, управління змінами та підвищення ефективності через технологічні інновації.

Бізнес-стратегія є фундаментом усіх бізнес-рішень та керує компанією до досягнення її цілей. Стратегія враховує наявні ресурси та способи їх використання для досягнення цілей. Вона синхронізує зусилля всіх відділів і дає співробітникам чітку північну зірку для керування їхнім прийняттям рішень. Без стратегії кожен відділ матиме розрізнені дії, втрачаючи конкурентну силу, яку буде використано на ринку [7].

Формування бізнес-моделі в умовах цифрової трансформації є критичним аспектом стратегії підприємства. Успішна адаптація до цифрових змін дозволяє не тільки зберегти конкурентоспроможність, але й досягти стійкого розвитку в довгостроковій перспективі. Підприємства, які інтегрують цифрові технології та переглянуть свої бізнес-процеси, зможуть ефективніше реагувати на зміни ринку та використовувати нові можливості для зростання.

Сучасне стратегічне управління підприємства неможливо без бізнес-моделювання. У сенсі машинобудівної галузі «бізнес-модель» варто розуміти як напрям стратегічного управління підприємством, яке відповідає за спосіб досягнення цілей підприємства шляхом використання власних можливостей із метою створення цінностей для споживача. Такі чинники внутрішнього середовища, як фінансовий стан та управління ресурсами, та зовнішні чинники, такі як рівень загальноекономічного розвитку регіону, рівень корупції в регіоні та ймовірність військового стану, мають найбільший вплив на процес розробки бізнес-моделі підприємства [8].

Цифрова трансформація стала ключовим чинником, що визначає розвиток сучасних підприємств. В умовах глобалізації та швидкого технологічного прогресу бізнеси змушені переглядати свої стратегії, бізнес-моделі та підходи до управління для того, щоб залишатися конкурентоспроможними. Поява нових цифрових технологій, таких як великі дані, штучний інтелект, Інтернет речей, блокчейн та хмарні обчислення, радикально змінює способи ведення бізнесу, підштовхуючи підприємства до необхідності адаптуватися до нових реалій.

Бізнес-моделі, які раніше вважалися ефективними, більше не відповідають викликам, які виникають в умовах цифрової економіки. Традиційні компанії стикаються з труднощами через стрімкий розвиток технологій, зміну поведінки споживачів, появу нових конкурентів і зміни в структурі ринку. Це ставить перед підприємствами завдання перегляду своєї бізнес-моделі, інтеграції цифрових рішень і побудови гнучких стратегій для забезпечення стійкості й зростання в умовах цифрової трансформації.

В умовах постійного вдосконалення технологій підприємства стикаються з необхідністю адаптації до цифрових змін. Традиційні бізнес-моделі вже не відповіда-

ють вимогам ринку, що спонукає компанії шукати нові способи організації бізнесу. У цьому контексті стратегічні аспекти формування бізнес-моделі набувають особливого значення, оскільки вони дозволяють підприємствам адаптуватися до нових викликів і використовувати потенціал цифрових технологій.

Нами пропонується визначити основні стратегії формування бізнес-моделей підприємства в сучасних умовах господарювання та в умовах цифрової трансформації. Формування ефективної стратегічної бізнес-моделі є ключовим завданням для підприємств, що прагнуть досягти успіху в умовах цифрової економіки. У процесі розробки стратегії слід враховувати інноваційні технології, зміни в потребах споживачів та динаміку ринку.

Розглянемо обрані стратегії:

1) стратегія цифрової інтеграції, яка передбачає оцифровку всіх бізнес-процесів та інтеграцію сучасних цифрових технологій. Дана стратегія може формуватись та реалізовуватись шляхом впровадження інноваційних технологій (великих даних, хмарних рішень, штучного інтелекту), створенням цифрової платформи для управління операціями, автоматизацію рутинних процесів для підвищення ефективності та підвищення продуктивності та зменшення витрат за рахунок технологій;

2) стратегія клієнтоорієнтованості використовується для створення нових підходів до взаємодії зі споживачами на основі цифрових інструментів. Ключовими аспектами слугують використання цифрових каналів для комунікації та маркетингу, аналіз великих даних для кращого розуміння потреб клієнтів, розробка персоналізованих продуктів та послуг. В результаті підприємство отримує підвищення лояльності клієнтів і створення довгострокової конкурентної переваги;

3) стратегія інноваційного розвитку, метою якої є створення нових продуктів і послуг через інноваційні рішення. Усі процеси здійснюються через інвестування в дослідження та розробки нових технологій, створення внутрішніх інноваційних лабораторій, співпрацю з технологічними стартапами та партнерами. Підприємство постійно оновлює асортимент та створює нові джерела доходів;

4) стратегія гнучкості та адаптивності, яка швидко адаптує до змін у ринкових умовах і технологічному середовищі. Стратегія реалізовується через перебудову організаційної структури для швидкого прийняття рішень, використання методологій Agile та Lean для розробки нових проектів, підготовку співробітників до змін та їх постійне навчання. В результаті використання такої стратегії підприємство стає більш гнучким та здатним реагувати на ринкові виклики;

5) стратегія партнерства та кооперації передбачає використання стратегічних партнерств для доступу до нових ринків і технологій. Основними рисами є розвиток партнерських відносин з технологічними компаніями, створення цифрових екосистем та об'єднання ресурсів, співпраця з освітніми установами для підготовки кадрів. Відповідно підприємства у результаті чекає швидкий розвиток завдяки спільним інноваціям та ресурсам;

6) стратегія сталого розвитку передбачає інтеграцію принципів сталого розвитку в бізнес-діяльність. Дана

стратегія фокусується на використанні екологічно чистих технологій та зменшення викидів, підтримці соціальних ініціатив та відповідальне використання ресурсів, розробці стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Підприємство отримує підвищення репутації компанії та доступ до нових ринкових сегментів.

Формування стратегії бізнес-моделей умовах цифрової трансформації вимагає від підприємств глибокого розуміння сучасних технологій та їх впливу на ринок. Для досягнення успіху необхідно впроваджувати гнучкі, інноваційні рішення та будувати стратегії, що базуються на партнерстві, адаптивності та орієнтації на клієнта.

При використанні стратегічного підходу бізнес-модель як комплекс певних заходів, методів та їх реалізації, що використовуються для створення найвищої споживчої цінності для клієнтів і забезпечення їх відповідної позиції. Автор робить висновок про можливість впровадження інновацій в практичну діяльність підприємства на всіх етапах формування споживчої цінності для споживачів [9].

Умови цифрової трансформації змінюють традиційні підходи до ведення бізнесу, стимулюючи підприємства до впровадження нових технологій, автоматизації процесів та адаптації бізнес-моделей для підвищення ефективності. Бізнеси, які своєчасно інтегрують цифрові технології, здатні досягти кращої конкурентоспроможності та підвищити продуктивність.

Одним із ключових аспектів успішної трансформації є здатність підприємства гнучко адаптуватися до нових умов ринку. Це включає швидке реагування на зміни у попиті, застосування нових технологічних рішень та побудову бізнес-моделі, здатної функціонувати в умовах високої мінливості.

Успіх бізнес-моделі в цифрову епоху значною мірою залежить від інноваційних рішень. Використання штучного інтелекту, великих даних, інтернету речей та інших цифрових інструментів стає ключовим драйвером зростання, що дозволяє підприємствам генерувати нові джерела доходів та оптимізувати витрати.

Висновки. Цифрові технології відкривають нові можливості для створення додаткової цінності для клієнтів. Успішні компанії не лише інтегрують цифрові інструменти в свої продукти та послуги, але й переосмислюють саму сутність ціннісної пропозиції, пропонуючи споживачам нові рішення, що відповідають сучасним викликам. В умовах цифрової трансформації важливим стає створення партнерських екосистем. Взаємодія з іншими компаніями, технологічними стартапами та постачальниками технологій дозволяє підприємствам знизити витрати на розвиток власних рішень та швидше адаптуватися до ринку.

Стратегічне формування бізнес-моделі передбачає не тільки технологічні зміни, але й роботу з персоналом. Підприємства мають інвестувати в розвиток цифрових компетенцій своїх працівників та створювати організаційну культуру, що підтримує інновації та гнучкість.

Цифрова трансформація несе певні ризики, зокрема в галузі кібербезпеки та управління даними. Ефективна бізнес-модель повинна передбачати захист від можливих кіберзагроз та забезпечувати стійкість до цифрових ризиків.

Список використаної літератури:

1. Девід М. Цифрова економіка та нові бізнес-моделі. *Економічний огляд*. 2021. № 13. С. 320–330.
2. Маффей А., Гран С., Нуур С. Цифровізація та ефекти відступу. *Бізнес-інновації*. 2020. № 14. С. 760–770.
3. Лісова Р. Інтеграція мереж та нові ринкові моделі. *Сучасні бізнес-процеси*. 2020. № 15. С. 60–70.
4. Масік Б., Владусик Л., Несіч С. Трансформація бізнес-моделей в цифрову епоху. *Науковий вісник*. 2021. № 16. С. 30–40.
5. 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>
6. Хома Д., Лопатовська О. Бізнес-моделювання розвитку підприємства: стратегічні аспекти. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. № (1). С. 138–145. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-3-16>
7. 7 прикладів бізнес-стратегій. URL: <https://www.plerdy.com/ua/blog/business-strategy-examples/>
8. Марченко В.В. Сутність та місце бізнес-моделі в стратегічному управлінні машинобудівними підприємствами України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 9. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/9_2016ua/27.pdf
9. Afuah A. *Business models. A Strategic Management Approach*, McGraw-Hill Irwin, 2004.

References:

1. Devid M. (2021) Tsyfrova ekonomika ta novi biznes-modeli. *Ekonomichnyi ohliad*, no. 13, pp. 320–330.
2. Maffei A., Hran S., Nuur S. (2020) Tsyfrovizatsiia ta efekty vidstupu. *Biznes-innovatsii*, no. 14, pp. 760–770.
3. Lisova R. (2020) Intehratsiia merezh ta novi rynkovi modeli. *Suchasni biznes-protsesy*, no. 15, pp. 60–70.
4. Masik B., Vladusyk L., Nesich S. (2021) Transformatsiia biznes-modelei v tsyfrovu epokhu. *Naukovyi visnyk*, no. 16, pp. 30–40.
5. Shostak L., Bilo I., Ulianytskyi A. (2024) Biznes-modeli pidpriemstva u tsyfrovu epokhu: zarubizhnyi dosvid. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. (60). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-154>
6. Khoma D., Lopatovska O. (2022) Biznes-modeliuvannia rozvytku pidpriemstva: stratehichni aspekty. *Modeling the development of the economic systems*, no. (1), pp. 138–145. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-3-16>
7. 7 prykladiv biznes-stratehii. Available at: <https://www.plerdy.com/ua/blog/business-strategy-examples/>
8. Marchenko V. V. (2016) Sutnist ta mistse biznes-modelei v stratehichnomu upravlinni mashynobudivnyymy pidpriemstvamy Ukrainy. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, is. 9. Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/9_2016ua/27.pdf
9. Afuah A. (2004) *Business models. A Strategic Management Approach*, McGraw-Hill Irwin.

Liudmyla Shostak, PhD in Economics, Docent, Associate Professor at the Department of Economics and Trade, Lesya Ukrainka Volyn National University

Margaryta Sadovska, Second-Level Higher Education Applicant (Master's Degree Applicant), Lesya Ukrainka Volyn National University

Sofia Matviychuk, First-level Higher Education Applicant (Bachelor's Degree Applicant), Lesya Ukrainka Volyn National University

STRATEGIC ASPECTS OF BUSINESS MODEL FORMATION IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

This article is dedicated to analyzing the key elements that influence the development and adaptation of business models in the context of rapid technological progress. The authors substantiate why businesses need to adopt digital technologies to maintain competitiveness in today's market conditions. The main components of the business model, such as value proposition, target audience, sales channels, as well as cost and revenue structure, are described. Emphasis is placed on the importance of innovation in shaping a competitive business model and the role of research and development in this process. The authors explore the use of data for making informed decisions and improving business processes. The article highlights the necessity of changing corporate culture and organizational structure to successfully implement digital transformation. The article emphasizes the need to integrate these strategic aspects to form an effective and sustainable business model in the context of digital transformation. The formation of a business model in the era of digital transformation requires a strategic approach to ensure the company's competitiveness and long-term sustainability. One of the primary steps is the integration of digital technologies into the company's processes, products, and services. This includes the adoption of cloud computing, big data analytics, artificial intelligence, and IoT (Internet of Things), which enable automation and improve decision-making. Digital transformation reshapes customer expectations. Businesses must prioritize personalized customer experiences by leveraging data-driven insights to tailor products and services to specific customer needs. The digital economy demands that businesses remain agile. A flexible business model allows companies to quickly adapt to technological advances and changing market conditions, ensuring they remain relevant and responsive to customer demands. By focusing on these strategic aspects, companies can effectively develop a robust business model that leverages the opportunities of digital transformation while addressing potential challenges in a rapidly evolving market.

Key words: strategy, business model, strategic management, digital economy, digital transformation, business, digital technologies.

Дата надходження до редакції: 05.09.2024 р.