

УДК 330.34

Міро І. М.¹, Харін С. А.², Моргун Д. К.³

¹ д-р. філос. з менеджменту, доц.;

² д-р техн. наук, проф.;

³ бакалавр кафедри менеджменту, гр. 073-22-1;

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах трансформації економічного середовища, загострення конкуренції та нестабільності ринків особливого значення набуває обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Діджиталізація стає одним із ключових інструментів такого обґрунтування, оскільки забезпечує швидкий доступ до даних, автоматизацію бізнес-процесів, підвищення якості аналітики та формування більш гнучкої системи управління [1].

Конкурентоспроможність підприємства доцільно розглядати як здатність суб'єкта господарювання ефективно використовувати власні ресурси, адаптуватися до змін зовнішнього середовища, створювати цінність для споживача та підтримувати стійкі позиції на ринку. В умовах цифрової економіки джерелами конкурентних переваг стають не лише ціна, якість продукції чи рівень сервісу, а й швидкість прийняття рішень, персоналізація пропозицій, ефективність комунікацій, використання цифрових платформ та інструментів аналітики [2].

Діджиталізація управлінських рішень передбачає впровадження цифрових технологій у процес збору, обробки, аналізу та використання управлінської інформації. До таких технологій належать CRM-системи, тобто системи управління взаємовідносинами з клієнтами, які забезпечують облік клієнтської бази, аналіз продажів, контроль комунікацій і підвищення якості обслуговування споживачів. Важливе значення також мають ERP-системи — комплексні системи планування ресурсів підприємства, що об'єднують в єдиному інформаційному середовищі фінансову, виробничу, кадрову, логістичну та інші складові діяльності підприємства. Крім того, у процесі діджиталізації використовуються хмарні сервіси, системи бізнес-аналітики, електронний документообіг, цифровий маркетинг, інструменти автоматизації продажів, технології Big Data, штучного інтелекту та машинного навчання. Їх використання дає змогу керівництву підприємства зменшити рівень невизначеності, підвищити точність прогнозування, оперативно виявляти проблеми та формувати обґрунтовані управлінські альтернативи [3].

Особливе значення діджиталізація має для підвищення ефективності

внутрішніх бізнес-процесів. Автоматизація рутинних операцій скорочує витрати часу, зменшує ймовірність помилок, забезпечує прозорість руху інформації та підвищує продуктивність праці. Завдяки цифровим інструментам підприємство може здійснювати моніторинг ключових показників діяльності в режимі реального часу, що є важливою передумовою своєчасного коригування стратегії та посилення конкурентних позицій [4].

Водночас діджиталізація не повинна розглядатися лише як технічне оновлення окремих операцій. Вона потребує системного управлінського підходу, що охоплює оцінювання поточного рівня цифрової зрілості підприємства, визначення стратегічних цілей цифрової трансформації, вибір релевантних цифрових інструментів, підготовку персоналу, управління ризиками та контроль результативності впроваджених рішень. За відсутності належного обґрунтування цифрові проекти можуть не забезпечити очікуваного економічного ефекту або створити додаткові організаційні та фінансові ризики.

Процес обґрунтування управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності шляхом діджиталізації доцільно здійснювати за такими етапами:

- діагностика конкурентного стану підприємства та визначення проблемних зон у бізнес-процесах;
- аналіз цифрової зрілості підприємства, рівня автоматизації, якості інформаційних потоків та готовності персоналу до змін;
- вибір цифрових інструментів відповідно до стратегічних цілей, ресурсних можливостей та ринкових потреб підприємства;
- економічне обґрунтування доцільності впровадження цифрових рішень з урахуванням витрат, очікуваного ефекту, строку окупності та потенційних ризиків;
- розробка системи ключових показників ефективності (KPI), що відображають вплив діджиталізації на продуктивність, якість обслуговування, витрати, прибутковість і рівень конкурентоспроможності;
- моніторинг результатів цифрової трансформації та коригування управлінських рішень на основі отриманих даних.

Важливим напрямом діджиталізації є розвиток цифрової взаємодії з клієнтами. Використання CRM-систем, соціальних мереж, електронної комерції, чат-ботів та цифрової реклами дозволяє підприємству глибше аналізувати поведінку споживачів, підвищувати якість сервісу, формувати індивідуальні пропозиції та зміцнювати лояльність клієнтів. Це безпосередньо впливає на ринкову позицію підприємства та сприяє зростанню його конкурентоспроможності [5].

У контексті промислового машинобудування діджиталізація набуває специфічних рис, оскільки передбачає не лише впровадження програмних

рішень, а й глибоку інтеграцію фізичних виробничих систем із цифровими платформами (концепція Industry 4.0). Для більшості підприємств це означає перехід до використання цифрових двійників виробничих ліній, що дозволяє моделювати технологічні процеси, прогнозувати зношення обладнання та оптимізувати завантаження потужностей у режимі реального часу. Такий підхід трансформує управлінські рішення з реактивних у предиктивні, забезпечуючи випереджальне реагування на збої та попит.

Критичним аспектом є формування культури data-driven management, коли рішення приймаються на основі верифікованих даних, а не інтуїції. Це вимагає створення єдиного цифрового контуру, де інформація з виробництва, логістики, фінансів та маркетингу консолідується в єдиній аналітичній панелі (dashboard). Така інтеграція усуває інформаційні силоси, прискорює комунікацію між підрозділами та підвищує узгодженість стратегічних і тактичних рішень. Важливо також наголосити на ролі людського капіталу: успішна діджиталізація неможлива без інвестицій у цифрову грамотність персоналу та формування крос-функціональних команд, здатних працювати на стику технологій і бізнес-процесів. Організаційна гнучкість, підтримка інноваційної ініціативи знизу та механізми швидкого тестування гіпотез (fail-fast approach) стають конкурентними перевагами, що дозволяють підприємству еволюціонувати разом із технологічним ландшафтом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пушкар Т., Соболева Г., Славута О. Цифровізація як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 2(47). С. 165–170. DOI: 10.32782/2308-1988/2023-47-24
2. Котельникова Ю.М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 101–108.
3. Прохорова В.В., Янчак Ю.О., Щербина Є.В. Інструменти цифрової економіки в контексті підвищення ефективності діяльності промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2024. № 3. С. 174–182. DOI: 10.32983/2222-4459-2024-3-174-182
4. Волянська-Савчук Л.В., Красовський В.П., Красовська О.Ю. Діджиталізація як потужний чинник забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2023. Вип. 68.
5. Булуй О.Г., Плотнікова М.Ф. Діджиталізація підприємницьких структур на ринку бізнес-проектів, електронної комерції та публічних закупівель. *Український економічний часопис*. 2023. Вип. 3. С. 15–21. DOI: 10.32782/2786-8273/2023-3-2