

Мельничук В. Е.
д-р філософії з економіки,
доцент кафедри економічної кібернетики
ORCID: 0000-0001-8246-4076;

Садковська А. Б.
студентка кафедри економічної кібернетики
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського», м. Київ, Україна
ORCID: 0009-0008-9395-5522

РИНКОВА АНАЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Сучасні умови економічного середовища характеризуються високою динамікою ринкового середовища, зумовленого процесами цифрової трансформації. Підприємства стикаються з необхідністю швидкого реагування на зміни споживчої поведінки, появу нових конкурентів та технологічні інновації. Особливо актуальним це питання постає для українських компаній в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки, коли традиційні методи управління вже не забезпечують потрібної гнучкості. У цьому контексті ринкова аналітика перетворюється на ключовий інструмент стратегічного управління, що забезпечує збір, обробку та інтерпретацію даних для прийняття обґрунтованих довгострокових рішень [1, с. 248]

Метою дослідження є обґрунтування ролі ринкової аналітики як ефективного інструменту стратегічного управління підприємством в умовах цифрової цифровізації

Ринкова аналітика – це системний процес виявлення, збору, аналізу та інтерпретації даних про ринкове середовище, макроекономічні тенденції та технологічні зміни. У цифрову епоху вона базується на технологіях Big Data, штучному інтелекті, машинному навчанні, аналітиці соціальних мереж та інструментах реального часу (Google Analytics, CRM-системи, платформи типу Tableau, Power BI) [2, с. 52].

Інтеграція ринкової аналітики в систему стратегічного управління відбувається на всіх етапах: формулювання місії та цілей, стратегічного аналізу, вибору стратегічних альтернатив, реалізації та контролю. Завдяки предиктивній аналітиці підприємства отримують можливість прогнозувати попит, оптимізувати асортимент, персоналізувати пропозиції та мінімізувати ризики. Зокрема, інтегрована модель стратегічного та оперативного аналізу дозволяє своєчасно виявляти відхилення та коригувати управлінські рішення в умовах невизначеності [1, с. 250].

В умовах цифрової трансформації ринкова аналітика сприяє перебудові бізнес-моделей: від традиційних до data-driven (керованих даними) та customer-centric (орієнтованих на клієнта). Нові стратегії менеджменту, такі як стратегія цифрового партнерства, стратегія аналізу даних та стратегія трансформації бізнес-моделі, стають запорукою конкурентоспроможності [3, с. 63]. Підприємства, які активно застосовують ринкову аналітику, демонструють вищу адаптивність, зростання частки ринку та підвищення рентабельності.

Водночас впровадження інструментів ринкової аналітики супроводжуються викликами: забезпечення кібербезпеки даних, розвиток цифрових компетенцій персоналу та дотримання законодавства про захист персональних даних, зокрема вимог GDPR та Закону України «Про захист персональних даних».

Таким чином, ринкова аналітика в умовах цифрової трансформації є не лише інструментом інформаційного забезпечення, а й стратегічним драйвером розвитку підприємства. Її система впровадження дозволяє формувати стійкі конкурентні переваги, підвищувати якість управлінських рішень та забезпечувати довгострокову стійкість бізнесу в умовах глобальної невизначеності.

Список використаних джерел

1. Ковальчук Т. М. Стратегічний аналіз: навч. посібник. Чернівці. Чернівецький нац. ун-т, 2015. 424 с.
2. Грінка Т. І., Немченко Т. А. Нові стратегії менеджменту при цифровій трансформації бізнесу в Україні: *Інноваційна економіка*. 2023. № 9(42). С. 49–57. URL: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2023.9\(42\).49-57](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2023.9(42).49-57). (дата звернення: 24.02.2026).
3. Рассадникова С. Стратегічне управління в умовах цифрової трансформації: виклики для менеджменту підприємств: *Розвиток міста*. 2024. № 4. С. 61–67. URL: <https://doi.org/10.32782/city-development.2024.4-9>. (дата звернення: 24.02.2026).