



Менеджмент

УДК 34.722:658.155:004.738.5

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.17976424>

**Економічна результативність підприємницьких стартапів у сфері
електронної комерції**

Павлюк Сергій Іванович,

аспірант, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»,
м. Дніпро, Україна, <https://orcid.org/0009-0003-5963-0074>

Паляниця Віктор Анатолійович,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління
інноваційною діяльністю та сферою послуг, Тернопільський національний
технічний університет імені Івана Пулюя, м. Тернопіль, Україна,
<https://orcid.org/0000-0002-8412-8970>

Ткачук Світлана Петрівна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та соціально-
поведінкових наук, Інститут економіки та бізнес-освіти,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна, <https://orcid.org/0000-0003-4547-7307>

Прийнято: 03.12.2025 | Опубліковано: 18.12.2025

***Анотація.** Актуальність теми зумовлена стрімким розвитком цифрових ринків, глобальною диджиталізацією економіки та посиленням конкуренції серед онлайн-бізнесів, що висуває потребу у формуванні ефективних управлінських підходів для забезпечення фінансової стійкості та*



конкурентоспроможності інноваційних бізнес-ініціатив. Цифрове торговельне середовище характеризується високою динамікою змін технологій, непередбачуваністю поведінки споживачів та значним впливом зовнішніх ринкових чинників, що вимагає інтеграції фінансових, технологічних та організаційних аспектів управління для забезпечення стійкого розвитку підприємств.

Метою дослідження є визначення параметрів оцінювання економічної результативності цифрових підприємницьких стартапів і встановлення чинників, що забезпечують підвищення їх рентабельності та здатності до масштабування.

Методологічну основу роботи становлять системний, порівняльний та структурно-функціональний підходи, а також методи економічного моделювання, факторного аналізу та експертного оцінювання, які дозволяють ідентифікувати закономірності формування фінансових результатів і визначити ключові ризики функціонування цифрового бізнесу.

Обґрунтовано ключові драйвери економічної продуктивності, серед яких оптимізація клієнтських процесів, упровадження інструментів цифрової аналітики, адаптивність маркетингових стратегій і здатність до швидкого оновлення продуктового портфеля. Визначено, що економічна результативність формується під впливом інтегрованої взаємодії фінансових, технологічних та організаційних чинників, а її підвищення можливе через розвиток гнучких моделей управління, застосування даних для прийняття рішень і використання інноваційних форматів монетизації.

Узагальнено, що підвищення ефективності діяльності цифрових підприємницьких ініціатив потребує формування адаптивних управлінських механізмів, які забезпечують стабільність фінансових результатів та зниження впливу середовищних ризиків, а також систематичного



використання аналітичних технологій для підтримки стратегічного розвитку та масштабування.

Ключові слова: цифровий бізнес, аналітичні технології, підприємницькі ініціативи, ринкові чинники, управлінські моделі, фінансова стійкість, інноваційні рішення.

Economic performance of entrepreneurial startups in electronic commerce

Serhiy Pavlyuk,

Postgraduate Student, Pryazovskyi State Technical University,
Dnipro, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0003-5963-0074>

Viktor Palianytsia,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Innovation Activity and Services Management Department,
Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine,
<https://orcid.org/0000-0002-8412-8970>

Svitlana Tkachuk,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of
Economic Theory and Law, Educational and Scientific Institute of Economics and
Business Education, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Uman, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-4547-7307>

Abstract. *The rapid development of digital markets underscores the relevance of the topic: global digitalization of the economy and increased competition among online businesses, which necessitate the development of practical management approaches to ensure the financial stability and competitiveness of innovative*



business initiatives. The digital trade environment is characterized by rapid technological change, unpredictable consumer behavior, and significant influence from external market factors, requiring the integration of financial, technological, and organizational management to ensure sustainable enterprise development.

The study aims to identify parameters for evaluating the economic performance of digital entrepreneurial initiatives and to determine factors that enhance their profitability and scalability.

The methodological basis of the research includes systemic, comparative, and structural-functional approaches, as well as economic modeling, factor analysis, and expert assessment, which enable the identification of patterns in financial performance and the determination of key risks in digital business operations.

The study identifies key drivers of startups' economic productivity, including optimizing customer processes, implementing digital analytics tools, adapting marketing strategies, and rapidly updating the product portfolio. It is determined that economic performance is shaped by the integrated interaction of financial, technological, and organizational factors, and can be enhanced through the development of flexible management models, data-driven decision-making, and the use of innovative monetization formats.

Improving the efficiency of digital entrepreneurial initiatives requires the formation of adaptive management mechanisms that ensure financial stability, reduce the impact of environmental risks, and systematically employ analytical technologies to support strategic development and scalability.

Keywords: *digital business, analytical technologies, entrepreneurial initiatives, market factors, management models, financial resilience, innovative solutions.*

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток цифрових технологій, зміна споживчих моделей поведінки та зростання ролі онлайн-комунікацій



зумовлюють зростання кількості стартапів у сфері електронної комерції. Такі бізнес-ініціативи демонструють високий потенціал до ринкової експансії та створення нових форм взаємодії між учасниками економічних процесів. Проте, незважаючи на технологічні переваги та інноваційний характер, значна частина стартапів стикається з проблемами забезпечення стабільної економічної результативності, що виявляється в нестійкості фінансових потоків, високому рівні операційних ризиків та обмежених можливостях масштабування бізнес-моделі.

Проблема ускладнюється тим, що традиційні методики оцінювання ефективності бізнесу не завжди враховують специфіку цифрових платформ, динаміку ринкового середовища та вплив технологічних факторів, які формують конкурентоспроможність стартапів в електронній комерції. Унаслідок цього підприємці та інвестори часто не мають достатньо аналітичних інструментів для прогнозування життєздатності проєктів, оптимізації витрат чи вибору стратегічних напрямів розвитку.

З огляду на зазначене постає необхідність теоретичного уточнення та практичного переосмислення підходів до оцінювання економічної результативності підприємницьких стартапів у цифровому торговельному середовищі. Зв'язок сформульованої проблеми з науковими завданнями полягає в потребі розроблення адаптивних методичних засад аналізу економічних показників діяльності цифрових бізнес-ініціатив та виявлення факторів, що визначають їхню конкурентну стійкість. У практичному аспекті важливим є створення інструментарію, який дозволить підвищити точність управлінських рішень, оптимізувати ресурсне забезпечення стартапів та зменшити вплив ризиків, притаманних середовищу електронної комерції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика економічної результативності стартапів у сфері електронної комерції активно привертає увагу дослідників, які зосереджуються на вивченні поведінки споживачів,



цифрових технологій, ризик-менеджменту та сучасних інструментів управління. Зокрема, у роботі Ю. Титаренко (Y. Tytarenko) [1] розкрито вплив формату цифрового контенту на нейроповедінкові реакції споживачів, що є важливим для стартапів, орієнтованих на онлайн-маркетинг і персоналізовані комунікації. Питання державної підтримки інновацій та розвитку людського капіталу, які формують середовище функціонування цифрових проєктів, висвітлює А. Іліна (A. Ilina) [2], тоді як А. Моторіна (A. Motorina) [3] аналізує значення персонального бренду як інструменту підвищення довіри клієнтів – ключового чинника успішності нових бізнес-моделей у сфері e-commerce. Розвиток електронних платформ та їх економічний ефект досліджує Т. Заруба (T. Zaruba) [4], акцентуючи на можливостях оптимізації вартості послуг та розширенні клієнтської бази. Питання управління ризиками в умовах високих навантажень цифрової інфраструктури розкриває О. Бойко (O. Boiko) [5], а С. Поперешняк (S. Poperehnyak), О. Бакаєв (O. Bakaiev) та Ю. Шевчук (Y. Shevchuk) [6] пропонують технологічні рішення щодо забезпечення стабільності взаємодії IoT-пристроїв, що є критично важливим для технологічних стартапів. Додатково Ю. Шевчук (Y. Shevchuk) [7] визначає стратегії ризик-менеджменту для гетерогенної IT-інфраструктури, підкреслюючи необхідність адаптивних підходів до безпеки стартапів. У роботі А. Іліної (A. Ilina) [8] подано моделі ефективного управління розвитком людського капіталу, що має значення для стартапів із динамічними командами. Теоретичні аспекти формування системи управління ризиками розглядають В. Бутенко та М. Байдацький [9], тоді як А. Чайкіна [10] аналізує особливості інтеграції ризик-менеджменту в операційну систему підприємства. Питання автоматизованого аналізу даних, важливого для цифрових бізнес-моделей, піднімає О. Коростін (O. Korostin) [11]. Суттєвий внесок у вивчення сучасних інструментів управління цифровими проєктами зробили О. Храпкін, О. Кіндрат та Р. Чопей [12], які досліджують технологічні



та організаційні аспекти управління IT-проєктами. Проблеми впровадження agile-методологій у стартапи розкривають О. Кіндрат і Г. Дутка [13] та Н. Шашкова зі співавторами [14], зосереджуючи увагу на підвищенні продуктивності та гнучкості команд. Особливості організації проєктної діяльності в IT-компаніях описують О. Сметанюк та А. Бондарчук [15], що дозволяє визначити оптимальні моделі управління для цифрових ініціатив.

Представлений науковий доробок створює комплексну теоретико-методологічну основу для дослідження економічної результативності стартапів у сфері електронної комерції та закладає підґрунтя для комплексного дослідження ключових фінансових, технологічних і організаційних факторів, що впливають на розвиток стартап-екосистеми.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значну кількість досліджень, присвячених розвитку стартап-екосистем і цифрових бізнес-моделей, низка ключових аспектів економічної результативності підприємницьких стартапів у сфері електронної комерції залишається не досить вивченою. У науковій літературі переважно акцентовано на загальних умовах функціонування цифрових платформ, питаннях цифровізації бізнес-процесів або аналізі інвестиційної привабливості інноваційних проєктів. Водночас поза системним дослідницьким полем залишаються специфічні параметри економічної результативності, притаманні саме раннім етапам життєвого циклу стартапів, а також вплив високої мінливості ринкового середовища на їхню здатність до стійкого розвитку.

Однією з нерозглянутих частин проблеми є відсутність комплексних методик оцінювання ефективності цифрових підприємницьких ініціатив, що враховують одночасно технологічні, організаційні та фінансові чинники. Наявні підходи часто не дають можливості адекватно оцінити ефективність бізнес-моделей, побудованих на швидких ітераціях продукту, гнучкому



тестуванні гіпотез, використанні платформних рішень та високому рівні залучення даних у процес прийняття рішень. Не досить дослідженими також залишаються механізми поєднання цифрових аналітичних інструментів із традиційними методами економічного аналізу для формування більш точних моделей прогнозування результативності стартапів.

Додаткової уваги потребує і проблема оцінювання ризиків, характерних для середовища електронної комерції, де нестабільність попиту, інтенсивна конкуренція та технологічні складнощі здатні суттєво змінювати очікувану траєкторію розвитку проекту. Наукова дискусія поки що не пропонує узгоджених підходів до моделювання ризикових сценаріїв у контексті економічної результативності стартапів, що знижує точність стратегічного планування й ускладнює прийняття управлінських рішень.

Таким чином, актуальність подальших досліджень зумовлена необхідністю формування вдосконаленого аналітичного інструментарію для оцінювання економічної результативності стартапів у сфері електронної комерції, який би відображав специфіку цифрового середовища, враховував значну варіативність факторів впливу та підвищував обґрунтованість управлінських рішень. Запропоноване дослідження покликане заповнити ці прогалини та сприяти розвитку комплексного підходу до аналізу цифрових підприємницьких ініціатив.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження економічної результативності підприємницьких стартапів у сфері електронної комерції з урахуванням факторів, що визначають ефективність, стійкість і можливості масштабування стартап-проектів в умовах цифрової економіки.

Для досягнення зазначеної мети в межах статті поставлено такі завдання:



- 1) визначити параметри та індикатори оцінювання економічної результативності стартапів, що відображають особливості функціонування бізнес-моделей у сфері електронної комерції;
- 2) проаналізувати вплив технологічних, фінансових і організаційних чинників на формування результативності цифрових підприємницьких ініціатив;
- 3) визначити ключові ризики ринку електронної комерції, які впливають на стійкість і життєздатність новостворених проєктів, та окреслити можливості їх мінімізації;
- 4) обґрунтувати напрями вдосконалення практичного інструментарію оцінювання економічної результативності стартапів і сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності їх функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сфера електронної комерції створює унікальні можливості для формування підприємницьких стартапів, які поєднують інноваційні технологічні рішення з гнучкими бізнес-моделями та орієнтацією на швидке зростання. Стартапи як специфічна організаційно-економічна форма підприємницької діяльності вирізняються високим рівнем новизни продукту, обмеженістю ресурсів, невизначеністю ринкового середовища та коротким життєвим циклом прийняття управлінських рішень. На відміну від традиційних підприємств, вони функціонують у режимі експериментування, постійного тестування гіпотез і швидкої адаптації бізнес-процесів під мінливі потреби цифрового ринку. Саме ці особливості актуалізують необхідність поглибленого аналізу їх економічної результативності, оскільки класичні підходи до оцінювання ефективності не завжди повною мірою враховують ризикованість, масштабованість та інноваційний характер стартап-проєктів.

Для стартапів, які перебувають на ранніх етапах розвитку, дуже важливим є визначення економічних параметрів, здатних відобразити рівень



їх рентабельності, стійкості та потенціалу зростання. У контексті електронної комерції економічна результативність прямо залежить від таких факторів, як швидкість залучення клієнтів, ефективність цифрових каналів збуту, оптимізація юніт-економіки, масштабованість цифрової інфраструктури та якість управління ризиками. Це зумовлює потребу у структурованому та комплексному підході до оцінювання фінансових і нефінансових показників, що формують кінцеві результати діяльності та визначають життєздатність бізнес-моделі в умовах висококонкурентної цифрової економіки [1].

Оцінювання економічної результативності стартапів у сфері електронної комерції потребує врахування специфіки їхніх цифрових бізнес-моделей, що характеризуються високою гнучкістю, швидкістю масштабування та залежністю від технологічних рішень. На відміну від традиційних підприємств, цифрові стартапи функціонують у середовищі, де ключову роль відіграють дані, мережеві ефекти, автоматизовані інструменти взаємодії з клієнтами та постійне оновлення продуктового портфеля [2, с. 273]. Тому система оцінювання має поєднувати фінансові, операційні та ринкові індикатори, що комплексно відображають їх економічну життєздатність.

Для стартапів у цифровому середовищі особливого значення набувають такі індикатори, як прибутковість однієї транзакції або клієнта (Unit Economics), вартість залучення клієнта (Customer Acquisition Cost, CAC), життєва цінність клієнта (Customer Lifetime Value, CLV) та співвідношення CLV/CAC, що дає змогу оцінити рентабельність розширення клієнтської бази. Важливим є також аналіз структури витрат, де значну частку можуть становити витрати на технологічну підтримку та маркетинг у цифрових каналах [3].

Серед операційних індикаторів виокремлюються показники ефективності логістичних процесів, швидкості оброблення замовлень, відмовостійкості цифрової інфраструктури, рівня автоматизації бізнес-



процесів і часу запуску нових продуктів або функціональних оновлень. Їх використання дає змогу оцінити внутрішню здатність стартапу забезпечувати стабільну операційну діяльність і підтримувати конкурентний рівень сервісу в умовах динамічного зростання.

Ринкові індикатори відображають позиціонування стартапу в конкурентному середовищі та включають такі параметри, як темпи зростання клієнтської бази, рівень залученості користувачів, повторюваність транзакцій, частка ринку в цільовому сегменті та рівень задоволеності клієнтів. У сфері електронної комерції важливим є застосування метрик поведінкової аналітики, зокрема коефіцієнта конверсії, середньої вартості замовлення та показників утримання клієнтів, що дають можливість оцінити ефективність бізнес-моделі в цифровому форматі [4].

Комплексне використання зазначених параметрів створює підґрунтя для побудови системного підходу до оцінювання результативності стартапів, що враховує їх здатність до масштабування, адаптивність бізнес-моделі та ефективність використання ресурсного потенціалу. Такий підхід дозволяє отримати повнішу картину економічної життєздатності цифрових підприємницьких ініціатив та сформувані обґрунтовані управлінські рішення на всіх етапах їх розвитку.

Вплив технологічних, фінансових та організаційних чинників на результативність бізнесу у сфері електронної комерції є визначальним, оскільки саме їх взаємодія формує здатність стартапу до масштабування, конкурентного позиціонування та адаптації до динаміки ринку. У технологічному вимірі ключову роль відіграють рівень цифровізації бізнес-процесів, якість ІТ-інфраструктури, вибір архітектури платформи, інтеграція аналітичних інструментів, а також спроможність компанії впроваджувати інноваційні рішення. Технологічна ефективність визначає швидкість оброблення транзакцій, персоналізацію користувацького досвіду,



ефективність логістичних процесів і можливість забезпечення кібербезпеки, що безпосередньо впливає на довіру споживачів і стійкість бізнесу [5].

Фінансові чинники охоплюють доступ до інвестиційних ресурсів, структуру витрат, модель монетизації та ліквідність стартапу. Для підприємств електронної комерції фінансова гнучкість є критично важливою, оскільки потребує постійного оновлення технологічних рішень, оптимізації маркетингових витрат і підтримання конкурентної цінової політики. Достатність капіталу визначає можливість масштабування ІТ-рішень, розвитку логістики та формування оптимального асортименту товарів або послуг [6, с. 355].

Організаційні чинники охоплюють структуру управління, рівень професійної компетентності команди, швидкість прийняття рішень та ефективність внутрішніх комунікацій. Для цифрових стартапів важливо забезпечити гнучкість організаційної моделі, що передбачає можливість швидкого переформатування бізнес-процесів та адаптації до змін попиту чи технологічних трендів. Важливим складником є також корпоративна культура, орієнтована на інновації, експериментування та аналітичне обґрунтування рішень [7, с. 88].

Таким чином, результативність стартапів у сфері електронної комерції формується під впливом комплексної взаємодії технологічних, фінансових і організаційних факторів, кожен з яких здатний посилювати або, навпаки, обмежувати потенціал зростання підприємства. Оптимізація цих чинників забезпечує формування стійких конкурентних переваг та створює умови для довгострокового розвитку цифрових підприємницьких ініціатив.

Використання цифрових аналітичних інструментів стає ключовою передумовою підвищення результативності стартапів у сфері електронної комерції, оскільки саме аналітика забезпечує можливість швидкого та точного прийняття управлінських рішень в умовах високої ринкової турбулентності.



Стартапи, які активно застосовують інструменти збирання, оброблення та інтерпретації великих масивів даних, здатні формувати більш точні прогнози щодо динаміки попиту, ефективності рекламних кампаній, поведінки клієнтів та оптимізації логістичних процесів. Аналітичні рішення дозволяють не лише зменшувати рівень невизначеності, але й ідентифікувати приховані можливості для зростання, підвищуючи стратегічну гнучкість підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Цифрові аналітичні інструменти та їх значення для управління розвитком стартапів у сфері електронної комерції

Група аналітичних інструментів	Приклади	Ключові можливості	Значення для стартапів
Аналітика вебтрафіку та поведінки користувачів	Google Analytics, Hotjar	Відстеження поведінки клієнтів, аналіз шляхів конверсії	Оптимізація UX/UI, зростання конверсій
Маркетингова аналітика	Meta Ads Manager, Google Ads, CRM-аналітика	Оцінювання ефективності рекламних кампаній	Підвищення рентабельності маркетингових витрат
Фінансова аналітика	Power BI, Tableau, фінансові дашборди	Моделювання доходів, витрат, грошових потоків	Забезпечення фінансової стійкості та планування масштабування
Прогнозна аналітика (AI/ML)	Machine Learning Models, прогнозні модулі e-commerce-платформ	Прогнозування попиту, цін, поведінки клієнтів	Зменшення ризиків і покращення точності стратегічних рішень
Аналітика операційних процесів	ERP/SCM-системи, логістичні трекінгові платформи	Контроль запасів, аналіз швидкості оброблення замовлень	Підвищення ефективності ланцюгів постачання

Джерело: власна розробка авторів



Дані з таблиці 1 демонструють, що застосування цифрових аналітичних інструментів суттєво підсилює здатність стартапів до прогнозування ринкової динаміки та ефективного управління ресурсами. Інтеграція систем аналітичного моніторингу забезпечує не лише оперативне реагування на зміни в поведінці споживачів, а й можливість проактивного моделювання майбутніх сценаріїв розвитку з урахуванням тенденцій ринку, коливань попиту та внутрішніх параметрів бізнес-моделі. Комплексне використання інструментарію вебаналітики, маркетингової, фінансової та прогнозної аналітики дозволяє оптимізувати ключові бізнес-процеси, підвищити точність управлінських рішень і мінімізувати ризики стратегічних помилок. У результаті підприємницькі стартапи отримують додаткові конкурентні переваги та можливість забезпечити стійке зростання в умовах висококонкурентного середовища електронної комерції.

Важливою складовою частиною оцінювання економічної результативності стартапів у сфері електронної комерції є ідентифікація ризиків, які визначають межі їх стійкості та життєздатності в умовах динамічного цифрового ринку. Стартапи, що перебувають на ранніх етапах розвитку, особливо чутливі до коливань ринкового попиту, технологічних трансформацій та конкуренційного тиску, оскільки їх бізнес-моделі ще не досягли операційної стабільності та масштабованості. До найбільш значущих ризиків належать кіберзагрози, нестабільність каналів залучення трафіку, висока вартість клієнтського утримання, залежність від платформних екосистем, низька передбачуваність поведінки споживачів і зростання маркетингових витрат. Сукупність цих чинників здатна не лише уповільнити динаміку розвитку стартапу, але й призвести до втрати фінансової рівноваги та зниження рентабельності [8, с. 20].

Мінімізація виявлених ризиків ґрунтується на системному застосуванні адаптивних методів управління та комплексних підходів до побудови бізнес-



процесів. Зокрема, ключовими напрямками зниження вразливості стартапів є диверсифікація каналів залучення клієнтів, упровадження інструментів кібербезпеки, розвиток гнучких маркетингових стратегій, використання прогнозної аналітики для оцінювання волатильності попиту та формування резервів стійкості в періоди ринкової нестабільності. Крім того, застосування моделей швидкого тестування гіпотез та механізмів оперативного коригування продуктового портфеля дозволяє скоротити ймовірність стратегічних помилок і забезпечує адаптивність підприємницьких ініціатив до умов конкурентного середовища електронної комерції [9].

З метою систематизації ключових ризиків, що визначають межі стійкості підприємницьких стартапів у сфері електронної комерції, здійснено їх узагальнення у структурованій моделі, яка демонструє взаємозв'язок між основними групами загроз та можливими напрямками їх мінімізації (рис. 1). Це дає змогу виокремити найсуттєвіші чинники вразливості молодих цифрових проєктів, а також показати логіку формування механізмів забезпечення їх життєздатності в умовах динамічного ринкового середовища.

Продемонстрований взаємозв'язок технологічних, ринкових та фінансово-організаційних ризиків, що визначають стійкість стартапів у сфері електронної комерції, дозволяє оцінити їхній вплив на стабільність бізнес-моделі та визначити потенційні точки уразливості на різних етапах розвитку проєкту. В умовах високої динаміки цифрового середовища критично важливим є стратегічне планування та адаптація управлінських рішень, які забезпечують ефективне реагування на зовнішні виклики та підвищення конкурентоспроможності стартапів на ринку.

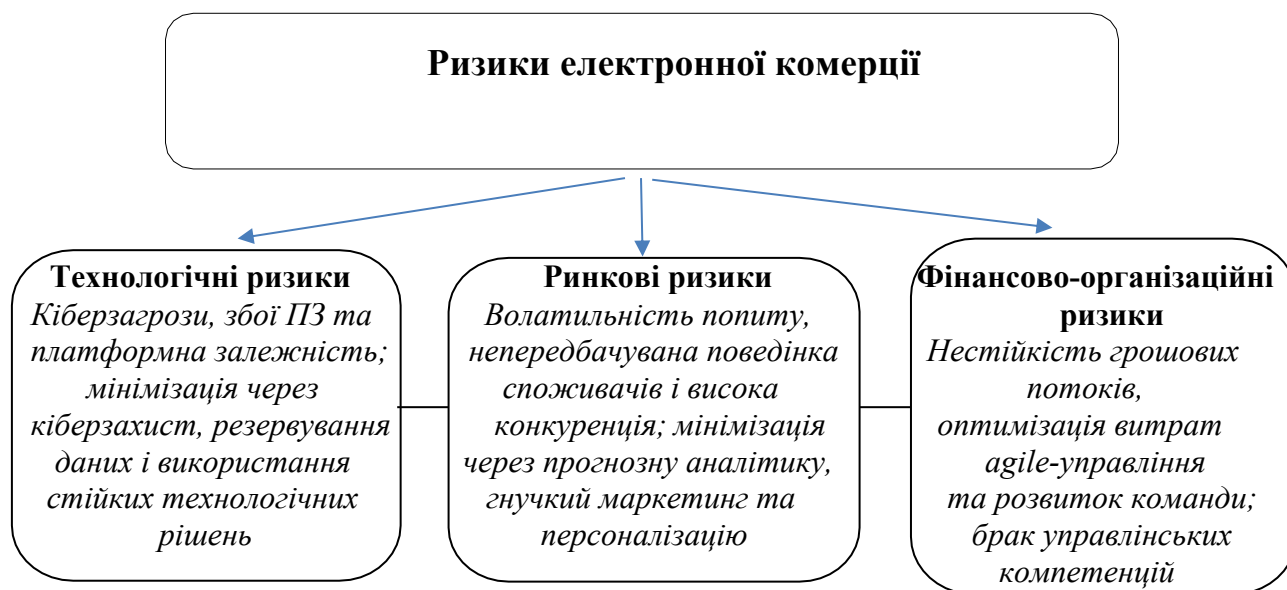


Рис. 1. Ключові ризики електронної комерції, що впливають на стійкість стартапів

Джерело: власна розробка авторів

Удосконалення інструментарію оцінювання економічної результативності стартапів у сфері електронної комерції передбачає розширення методичного забезпечення, що враховує специфіку цифрових бізнес-моделей, швидкість ринкових змін та вплив технологічних інновацій на формування фінансових показників. Одним із ключових напрямів є інтеграція розширених метрик unit-economics, які дозволяють більш точно визначати продуктивність взаємодії зі споживачами, динаміку грошових потоків та економічну доцільність масштабування проєкту. Доцільним є також посилення використання інструментів предиктивної аналітики для прогнозування ринкової поведінки, оцінювання ефективності маркетингових рішень та раннього виявлення ознак зниження прибутковості.

Значний потенціал для вдосконалення має застосування комбінованих моделей оцінювання, що поєднують фінансові, поведінкові та операційні показники, дозволяючи отримувати комплексне уявлення про результативність стартапу на різних етапах його життєвого циклу.



Запровадження системи регулярного моніторингу ключових індикаторів, включно з показниками частоти повторних покупок, рівня утримання клієнтів, вартості операційного обслуговування та ефективності платіжної інфраструктури, сприятиме підвищенню точності управлінських рішень і своєчасному коригуванню стратегії розвитку стартапу у сфері електронної комерції.

Рекомендації щодо підвищення економічної результативності стартапів підприємств електронної комерції передбачають комплекс заходів, спрямованих на забезпечення фінансової стабільності, ефективності операцій та стійкого розвитку підприємницьких проєктів. Доцільно оптимізувати структуру витрат і контролювати маржинальність. Це передбачає регулярний аналіз витрат на операційні та технологічні процеси, оцінювання ефективності інвестицій у маркетингові та ІТ-інструменти, а також забезпечення прозорості фінансових потоків.

Упровадження цифрових технологій аналізу поведінки клієнтів дозволяє підвищити точність маркетингових рішень, збільшити лояльність споживачів та ефективно планувати стратегію їх залучення. Застосування інструментів big data, аналітики користувацьких даних та прогнозних моделей забезпечує більш обґрунтоване прийняття управлінських рішень. Розбудова гнучких управлінських моделей, включно з agile-підходами, адаптивним плануванням та систематичним оцінюванням ризиків, сприяє оперативному реагуванню на зміни ринкових умов і підвищенню стійкості бізнес-моделі.

Особлива увага приділяється підвищенню технологічної безпеки через інтеграцію кіберзахисту, резервування даних та використання стійких ІТ-рішень, що зменшує вразливість стартапів до технічних та операційних загроз. Розвиток компетентностей команди, системне навчання та підвищення кваліфікації співробітників у сфері цифрових технологій і управління



проектами зміцнює організаційну спроможність стартапу та підвищує ефективність управлінських рішень.

Реалізація зазначених заходів сприяє зміцненню фінансової стійкості підприємства, підвищенню ефективності бізнес-процесів і створенню передумов для довгострокового розвитку та масштабування стартапів у динамічному середовищі електронної комерції.

Висновки. Отримані висновки акцентують на важливості посилення аналітичної складової частини управління, застосування метрик операційної ефективності та впровадження прогностичних моделей, що підвищують точність планування, сприяють своєчасному виявленню ризиків, оптимізації ресурсів і зміцненню фінансової стійкості стартапів. Підкреслено необхідність системного вдосконалення практичного інструментарію оцінювання економічної ефективності, що забезпечує більш обґрунтоване прийняття управлінських рішень і підвищує стійкість новостворених проєктів у сфері електронної комерції.

Установлено, що результативність і конкурентоспроможність стартапів залежить від комплексу чинників, зокрема якості управлінських рішень, ефективності бізнес-процесів, рівня технологічної готовності проєкту, здатності команди швидко адаптуватися до змін ринкових умов та інтеграції цифрових інструментів аналітики в процеси прийняття рішень. Взаємозв'язок між цими чинниками проявляється в тому, що висока технологічна готовність і гнучкі управлінські практики дозволяють ефективно використовувати аналітичні дані для прогнозування поведінки споживачів, оптимізації маркетингових і операційних стратегій, а компетентність команди забезпечує швидку адаптацію до непередбачуваних змін ринку.

Таким чином, комплексне впровадження аналітичних інструментів, метрик ефективності та прогностичних моделей, поряд з удосконаленням практичного інструментарію оцінювання результативності, дозволяє



підвищити точність управлінських рішень, зміцнити конкурентні позиції стартапів та забезпечити стабільне зростання їх економічної результативності. Подальші дослідження доцільно спрямувати на аналіз поведінкових моделей споживачів та вплив нових технологічних трендів на трансформацію стартап-екосистеми.

Список використаних джерел

1. Tytarenko Y. Neuropsychological reactions to vertical and horizontal video content in consumer behavior: a theoretical and economic analysis. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 17. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17542702>.
2. Ilina A. State financial and informational support for innovative development of human capital in Ukraine. *Успіхи і досягнення у науці. Серія: Управління та адміністрування*. 2025. № 9(19). С. 264–282. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-9\(19\)-264-282](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-9(19)-264-282).
3. Motorina A. The influence of the guide's personal brand on the formation of trust in author's excursions in a competitive environment. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 14. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16757428>.
4. Zaruba T. Economic advantages of using online platforms for booking and selling makeup services. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. № 22. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17190879>.
5. Boiko O. Risk management in high-load service infrastructure using AI-based predictive models. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 15. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17141025>.
6. Poperehnyak S., Bakaiev O., Shevchuk Y. Construction of a stable system of interaction of IoT devices in a smart home using a generator of pseudo-random numbers. *Cybersecurity Providing in Information and Telecommunication Systems*



(CPITS 2025): proc. of the workshop. 2025. Vol. 3991. P. 349–362. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3991/paper25.pdf>. (дата звернення: 01.12.2025).

7. Shevchuk Y. Risk management and compliance strategies for legacy IT Infrastructure. *The American Journal of Engineering and Technology*. 2025. Vol. 7, № 8. P. 85–91. DOI: <https://doi.org/10.37547/tajet/Volume07Issue08-10>.

8. Ilina A. Modeling of a system for effective ranking governance of human capital development in Ukraine. *Věda a Perspektivy*. 2025. № 8(51). P. 8–28. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2025-8\(51\)-8-28](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2025-8(51)-8-28).

9. Бутенко В., Байдацький М. Теоретичні основи формування системи управління ризиками на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-35>.

10. Чайкіна А. Особливості інтеграції ризик-менеджменту в систему управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-5>.

11. Korostin O. O. Application of NLP technologies for data extraction from text messages in maritime logistics. *The Scientific Heritage*. 2024. № 140. С. 42–45. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12908100>.

12. Храпкін О., Кіндрат О., Чопей Р. Управління проєктами в ІТ-галузі: методики, інструменти та керування ризиками. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-110>.

13. Кіндрат О. В., Дутка Г. І. Agile-методи для ефективної та продуктивної імплементації ІТ-продукту. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2021. № 28. С. 149–157. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5269131>.

14. Шашкова Н., Фадєєва І., Казакова Т. Управління проєктами в ІТ-сфері: застосування гнучких методологій. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. 2021. № 28. С. 166–172. URL:



<https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/402> (дата звернення: 01.12.2025).

15. Сметанюк О. А., Бондарчук А. В. Особливості системи управління проєктами в ІТ-компаніях. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 105–111. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.10.105>.