

УДК 005.21:[338.24:004](043.2)

Васильківська А.О., студентка спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
Науковий керівник: Прокоп'єва А.А. К.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ
(Національний Авіаційний Університет, м. Київ, Україна)

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: РОЗГЛЯД ЗМІН У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ШЛЯХИ АДАПТАЦІЇ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ

У сучасному бізнес-середовищі поява цифрової економіки призвела до переосмислення парадигми, що вимагає перегляду та трансформації традиційних підходів до стратегічного управління. Широкий вплив цифрових технологій збурило встановлені стандарти та примусило компанії переглянути свої стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними та адаптивними в умовах стрімкого технологічного прогресу.

В сучасному стратегічному управлінні вплив цифрової ери виявляється в переході до домінування прийняття рішень, ґрунтованих на даних. Організації тепер відмовляються від традиційної підтримки рішень на основі емпіричної інтуїції, використовуючи замість цього потужність аналітики великих даних та інструментів бізнес-аналітики. Ця зміна дозволяє отримувати корисну інформацію з величезних наборів даних у режимі реального часу, забезпечуючи процеси прийняття обґрунтованих і стратегічних рішень [1].

У контексті революції даних, методології гнучкого управління стали популярним рішенням для вирішення динамічних і невизначених аспектів цифрового ландшафту. Відкидаючи жорсткі ієрархічні структури минулого, гнучкі стратегії акцентують гнучкість, співпрацю та ітераційний розвиток. Цей адаптивний підхід дозволяє організаціям оперативно реагувати на зміни в ринковій динаміці та вподобаннях клієнтів, сприяючи створенню більш стійкої та чутливої операційної системи.

В епоху цифрових технологій важливою є зміна стратегічного акценту на клієнтоорієнтованість. Традиційно компанії концентрували свої стратегії навколо продуктів; але в цифрову еру стає необхідним перехід до моделей, орієнтованих на клієнта. Використовуючи цифрові технології, організації тепер активно залучаються у персоналізовану взаємодію з клієнтами, адаптуючи свої продукти та послуги до індивідуальних уподобань. Ця зміна не тільки підвищує задоволеність клієнтів, але й розвиває лояльність до бренду в епоху, коли споживачі вимагають персоналізованого та значущого досвіду [1].

У додаток до цього, цифрова економіка проковує переосмислення бізнес-моделей, сприяючи переходу від закритих систем до відкритих інновацій та активної співпраці в екосистемах. Компанії все більше визнають цінність у партнерствах та взаємодії в межах динамічних екосистем. Шляхом взаємодії з зовнішніми організаціями, такими як стартапи та інші зацікавлені сторони, компанії можуть здобувати додаткові переваги, сприяти інноваціям та ефективніше адаптуватися до швидкозмінюючого технологічного середовища.

Цифровий маркетинг та широкий вплив соціальних медіа піддали переосмисленню стратегії комунікації. Поринувши у світ цифрових технологій, компанії відмовляються від традиційних каналів, таких як преса, телебачення та радіо, вдаючись до цифрового маркетингу і соціальних медіа для встановлення прямих та цільових каналів спілкування зі своєю аудиторією. Ця зміна парадигми дозволяє взаємодіяти в

режимі реального часу, формувати онлайн-спільноти та відслідковувати настрої бренду, що надає цінну інформацію для прийняття стратегічних рішень.

Крім того, інтеграція технологій перетворилася з допоміжної функції в невід'ємну складову кожного аспекту бізнес-операцій. Нові технології, такі як штучний інтелект, Інтернет речей (IoT) і блокчейн, активно застосовуються для оптимізації процесів, підвищення операційної ефективності та навіть створення абсолютно нових бізнес-моделей. Така повсюдна інтеграція гарантує, що організації залишаються на передньому краї технологічних інновацій, отримуючи конкурентну перевагу на цифровому ринку [2].

У цифрову еру кібербезпека та управління ризиками вийшли на перший план стратегічних міркувань. Із зростанням довіри до цифрових систем захист конфіденційних даних і забезпечення безперервності операцій перед лицем кіберзагроз стали першорядними. Організації повинні вживати активних заходів для захисту своєї цифрової інфраструктури, визнаючи невід'ємні ризики, пов'язані з взаємопов'язаним характером цифрової економіки [1].

Цифрова ера суттєво перетворює організаційні структури, переносючи акцент на віддалену роботу та цифрові інструменти співпраці як необхідні компоненти сучасного робочого середовища. Замість традиційних централізованих офісних моделей, організації використовують гнучкість, що забезпечується віддаленою роботою, для привертання глобального таланту та сприяння більш різноманітній та інклюзивній робочій силі. Також, важливим елементом адаптації до цифрової економіки є розвиток культури постійного навчання. Організації, які вкладають у постійні навчальні програми та підтримують культуру навчання, забезпечують, що їхні співробітники мають необхідні навички для ефективного навігації в складному цифровому ландшафті[3].

Отже, в цифрову еру вплив цифрової економіки на практики стратегічного управління є трансформаційним. Від переходу до прийняття рішень на основі даних до використання гнучких методологій, стратегій, орієнтованих на клієнта, та участі в екосистемах, організації змушені переглядати свої підходи для того, щоб успішно функціонувати в умовах цифрових технологій. Використання технологічної інтеграції, заходів з кібербезпеки та підтримки віддаленої роботи, разом із культивуванням культури постійного навчання, стають необхідними для тих організацій, які не лише хочуть вижити, а й досягти успіху в динамічному та конкурентному ландшафті цифрової економіки. Гнучкі організаційні структури та віддалена робота стають ключовими елементами для приваблення та утримання талантів у новій реальності цифрової економіки, де швидкість адаптації визначає успіх.

Перелік посилань

1. Токмакова І. В., Панченко Н. Г., Кургузова М. Ю. Розроблення антикризової стратегії підприємства в умовах цифрової трансформації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 76-77. С. 70-80.
2. Кулинич М. Б. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств в сучасних умовах. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 3 (89). С. 8-15.
3. Сазонова С. Оцінка ризиків стратегічного управління телекомунікаційними підприємствами в умовах цифрової економіки. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2021. № (3 (89)). С. 31-37.