

УДК: 005.21:004.08

Тимошенко В.О., магістрант

Білявський В.М., к.е.н.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2129-1524>

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Стратегічне використання ресурсів для досягнення організаційних цілей і завдань потребують нагальних роздумів про організаційні процеси і процедури, а також про зовнішні фактори, які можуть вплинути на функціонування організації. Нинішня ера характеризується «бумом» інструментів цифрової трансформації, нові технології впливають на динаміку та результати бізнес-процесів, а також розуміння стратегічного управління. Цифрова трансформація тягне за собою широкий спектр змін у стратегіях, взаємодії та процесах організацій.

Технології цифрової трансформації з'явилися, як зростаюча домінуюча парадигма, що забезпечує життєдіяльність та успіх організацій. Впровадження цифрової трансформації висвітлює п'ять складових блоків «піраміди» цифрової трансформації, зокрема: конкурентні переваги, продуктивність співробітників, лояльність і задоволення клієнтів, а також репутація організацій. Управління цифровою культурою та суспільний інтерес стали важливими проблемами захисту культурних продуктів і послуг як на локальному, так і на глобальному рівні. Найбільш широко обговорюваними питаннями у сферах цифрової культури є захист свободи вираження поглядів, цифрових транзакцій, культурного різноманіття, суспільних інтересів та етичних стандартів у глобалізації інформаційної комунікації.

Основні принципи, необхідні для успішного використання цифрової трансформації:

1. Цифрову трансформацію необхідно інтегрувати в бізнес-стратегію;
2. Цифрова трансформація є найбільш ефективною, коли вона призводить до інновацій бізнес-моделях, у повному обсязі використовуючи можливості, які відкриває нова цифрова економіка;
3. Вимірювання та управління цифровою трансформацією потребує багатогранного підходу.

Цифрова трансформація виходить за рамки визначення автоматизації процесів – вона трансформує самі процеси, бізнес-моделі та очікування клієнтів.

Можемо навести чотири основні цінності, як основу для розвитку механізмів саморегулювання в культурних організаціях:

- 1) цінності культурного виробництва; 2) цінності культурного процесу;
- 3) цінності культурних транзакцій; 4) цінності суспільного інтересу та етики.

Разом вони допомагають культурним установам орієнтуватися у новій ері цифрової трансформації та глобалізації інформаційних комунікацій на основі принципів і цінностей, захищаючи місцеве різноманіття, одночасно

використовуючи переваги можливостей нового світу.

Клаус Шваб виділяє декілька груп нових технологій. Серед них штучний інтелект, робототехніка, 3D-друк, нейротехнології, біотехнології, а також доповнена реальність [1, с.42].

У стратегічному управлінні компаніями, на думку А.А. Кунцмана, відбулися суттєві якісні зміни, пов'язані з розвитком цифрової економіки а саме [2, с.34]:

- повноцінним та особливо значущим фактором виробництва стала інформація;

- до зниження транзакційних витрат спричинила поява ефективних цифрових технологій;

- загальні виробничі витрати зросли, оскільки за актуальну інформацію слід платити;

- відбулося зниження загального рівня ризиків та невизначеності, це пов'язано зі зростанням доступності управлінської інформації та підвищенням ефективності методів її опрацювання.

В умовах цифрової економіки особлива увага приділяється стратегічному управлінню корпоративними знаннями, що забезпечує виживання та розвиток організацій різних галузей господарювання. До корпоративних знань відноситься все, що має цінність для організацій, людський та соціальний капітали або виникає з виробничих процесів, систем чи корпоративної культури [3, с.31-37].

Тема цифрової трансформації широко обговорюється у різних економічних секторах, і є центром зростаючого інтересу, як у наукових колах, так і в галузі виробництва. В еру цифрової економіки цифровізація стала стратегічним питанням для організацій. Зіткнувшись з проблемою значущості цифрової трансформації та необхідністю залишатися конкурентоспроможним, керівники організацій мають розробляти та впроваджувати стратегії, які можуть охоплювати наслідки трансформації та підвищення ефективності роботи.

Список літератури

1. Шваб К., Девіс Н. Технології четвертої промислової революції, Київ, 2018, 411 с.
2. Білявська Ю., Микитенко Н., Шестак Я. Кібербезпека та захист інформації під час пандемії COVID-19. *Міжнародний науково-практичний журнал "Товари і ринки"*. 2021. № 1. С. 34-46.
3. Білявський В.М., Білявська Ю.В. Вплив пандемії COVID-19 на розвиток вендингового бізнесу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2021. № 20 (48). С. 31–37.
4. Daspit, JJ, Andreini, D., & Bettinelli, C. (2017). Інновації бізнес-моделі: З системної літератури переглянути напрямки майбутніх досліджень. *Journal of Management & Governance*, 21 (3), 785–792
5. Daspit, J. J., Andreini, D., & Bettinelli, C. (2017). Business model innovation: From systematic literature review to future research directions. *Journal of Management & Governance*, 21(3), 785–792.