

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Наталія Миколаївна Польова

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5140-2136>

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»

Богдан Ігорович Дубик

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»

Юрій Миколайович Дума

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»

В сучасних умовах господарювання для вітчизняних підприємств основним напрямком сталого розвитку є орієнтація на стратегічне планування діяльності з урахуванням викликів, що відбуваються на ринку, в соціально-економічному середовищі, технологічному аспектах та змін зовнішнього середовища функціонування. Цифрові трансформації в сучасному світі призводять до змін у підходах роботи підприємств практично всіх галузей економіки. По суті ми живемо у період так званої 4-ї промислової революції, яка вплинула і матиме подальший вплив на економічну, соціальну, технологічну та організаційну складові роботи підприємств, установ, організацій [1]. Саме тому стратегічне планування надає змогу підприємствам поєднати загальну стратегію розвитку з наявністю реальних і потенційних можливостей для її реалізації, враховуючи загрози, ризики та нестабільності пов'язані із впровадження нових цифрових інструментів.

Стратегічне планування з урахуванням факторів цифровізації не лише забезпечує конкурентоспроможність сучасного підприємства, але й створює та підтримує передумови його подальшого розвитку. Успішність стратегічного планування підприємства може бути досягнута при знаходженні балансу у стратегічному управлінні на мезо-, макро- та мікрорівні [2].

Зі стратегічного погляду підприємство варто розуміти як систему, що визначає свою конфігурацію й цільову орієнтацію залежно від змін зовнішнього середовища. У таких умовах необхідний перехід до нової управлінської моделі, що дозволить у нестабільному ринковому середовищі здійснювати ефективне управління. Однак аналіз вітчизняного досвіду свідчить, що стан стратегічного планування взагалі, окремих управлінських заходів зокрема не відповідає сучасній ситуації за умов цифрової трансформації. Стратегічне планування діяльності підприємств відбувається під впливом нових технологічних

можливостей, які дозволяють обробляти великі масиви даних і цифрові способи їх передачі, аналізу та зберігання, хмарні обчислення, шифрування та кібербезпека, штучний інтелект, цифрова торгівля, роботи, Інтернет речей та інші технології, які слід враховувати та застосовувати при стратегічному плануванні.

У сучасних реаліях, щоб відповідати вимогам цифрової економіки стратегічне планування має бути досить мобільним, формувати дані з активним використанням ІТ-технологій, хмарних сервісів та програмних розробок, що підвищить точність, швидкість, якість отриманих даних [3].

Планування діяльності підприємств, як взаємозалежної системи, має бути націлене на комплексний розвиток всіх складових його частин, таких чинників як попиту, і пропозиції, фізичних та інституційних елементів. Ця система функціонуватиме набагато ефективніше та принесе бажані вигоди, якщо вона плануватиметься на комплексній основі з узгодженим розвитком усіх її компонентів.

Важливим чинником підвищення успішності діяльності суб'єктів підприємництва є використання стратегічного маркетингового інструментарію. Першим кроком у стратегічному плануванні маркетингової діяльності має бути чітке окреслення основних етапів процесу формування й реалізації маркетингових стратегій у загальній системі управління.

Для реалізації стратегічних завдань необхідна розробка чіткого структурованого механізму стратегічного управління і планування, що передбачає можливість аналізу різних варіантів розвитку підприємства в динаміці. У процесі стратегічного управління поведінка всіх виділених факторів прогнозується. Прогнозовані величини для кожного часового періоду порівнюються з фактичними, визначаються їх відхилення, якщо відхилення перевищують допустимі значення, фіксуються фактори, де необхідно здійснювати зміни. Все вищезазначене дозволяє більш комплексно проводити стратегічне планування діяльності підприємств, а застосування цифрових інструментів лише посилює точність проведення стратегічних розрахунків.

Перехід до стратегічного планування з урахуванням факторів цифровізації для вітчизняних підприємств вимагає перебудови системи управління з орієнтацією на вирішення стратегічних завдань і перегляду функцій управління та низки економічних структур з метою приведення їх у відповідність до умов зовнішнього середовища, яке постійно змінюється, і підготовки до підвищення рівня планування діяльності. Зміст цього перетворення полягає в тому, що на підприємстві здійснюється міжфункціональна координація найважливіших, з погляду стратегічної ринкової орієнтації, функціональних

служб і рівнів управління, а це разом становить організаційно-функціональний комплекс стратегічного планування діяльності на підприємстві [4].

Таким чином, сучасне стратегічне планування діяльності вітчизняних підприємств має носити комплексний і всеосяжний характер з урахуванням існуючих цифрових умов і перспектив розвитку для успішного функціонування суб'єктів господарювання. Фактори цифровізації зумовлюють необхідність врахування певних передумов у стратегічне планування діяльності підприємств, а саме:

- використання інформаційних технологій у процесі розроблення та реалізації стратегії підприємства;
- необхідність цифрового моделювання стратегічного управління;
- прийняття рішень щодо реалізації стратегічної альтернативи на основі моделювання та використання інформаційних баз даних;
- перенесення напрямів діяльності підприємств на цифрове середовище задля відображення об'єктів реального світу у віртуальному просторі.

Отже, для забезпечення оптимальної системи стратегічного менеджменту підприємства необхідно налагодити механізм взаємозв'язку між елементами системи стратегічного управління з урахуванням положень цифрової трансформації.

Посилання

1. Руденко М. В. Аналіз позицій України в глобальних індексах цифрової економіки. Економіка та держава. 2021. № 2. С. 11–18.
2. Гаряга Л. О. Розвиток фінансового ринку в умовах цифровізації економіки. Бізнес Інформ. 2018. № 11. С. 388–393.
3. Барановський О. І. Трансформаційні процеси у фінансовому секторі національної економіки: теорія, методологія та моделювання: монографія. Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. 488 с.
4. Кирилюк Є. М. Цифровізація: маркетингові тренди та платформи реалізації. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2022. № 5-6 (294-295), С. 80–88.