

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ

**Иванова Н.А., кандидат экономических наук, доцент,
тел. 8(8422) 55-95-01, ivanova_n77@mail.ru**

**Цупко К.Д., магистрантка
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ**

Ключевые слова: *стратегический менеджмент, цифровизация, цифровая трансформация, управление.*

В статье анализируются изменения стратегического менеджмента в условиях цифровой трансформации. Рассматриваются роль больших данных и искусственного интеллекта, переход к адаптивным стратегиям, цифровые платформы, динамические способности компаний и новые форматы коммуникации стратегии. Обосновывается отказ от статичных планов в пользу непрерывной трансформации экономики.

Введение. Во время полной цифровизации экономики и общества компании встречаются с вызовами со стороны стратегического управления. Быстрое развитие технологий (например, больших данных, искусственного интеллекта, и т.д.) очень модифицирует операционный ландшафт и рыночные границы.

Материалы и методы исследований. Обычные подходы к разработке стратегии, сформированные на статичном позиционировании, долгосрочных планах и иерархическом контроле, показывают меньшую отдачу в ситуации экспоненциального ускорения инноваций, размывания отраслевых границ, появления принципиально новых игроков и бизнес-моделей. Таким образом, происходит уход от поиска постоянных конкурентных преимуществ к развитию адаптивности, динамических способностей непрерывной трансформации бизнес-модели, операционных процессов и управленческих компетенций [1, с. 220–226].

Результаты исследований и их обсуждение. Проанализировав тенденции развития стратегического менеджмента в условиях цифровой трансформации, можно выделить ряд изменений:

1. Массовая датафикация бизнес-процессов делается ценнейшим активом компаний. Используются огромные объемы структурированных и неструктурированных данных, генерируемые цифровыми устройствами, интернетом, и др. Именно здесь кроются паттерны, которые при правильном анализе и интерпретации могут послужить источником редких стратегических идей и инсайтов.

2. Главную роль в разработке и реализации стратегий играют продвинутая аналитика, машинное обучение и искусственный интеллект (ИИ), и их инструменты. Так, модели на основе технологий data mining позволяют создавать приблизительные прогнозы развития рынков, включать в активность бизнес-модели, развивать продуктовые и ценовые предложения рассматривая индивидуальные предпочтения клиентов. Так, ИИ выступает интеллектуальным партнером при выработывании и осуществлению стратегии, беря на себя наиболее сложные вопросы по обработке информации и моделированию [2, с. 268–276].

3. Следующим новым подходом к стратегическому управлению является необходимость создать более адаптивные стратегии, которые могут ловко прореагировать на турбулентность окружающей среды. Разработка стратегии оборачивается из эпизодического мероприятия в стабильную деятельность, которая призывает к открытости новым идеям, быть готовыми оперативно пересматривать планы, курс и бизнес-модель в ответ на изменения рынка. Способность к резвой адаптации бизнес-процессов под модифицирующуюся основу приобретает стратегическое значение.

4. В качестве нового тренда также выделяется усиливающаяся роль цифровых платформ как вершины инновационных бизнес-моделей. Они связывают всевозможные группы пользователей и позволяют им реализовывать транзакции, меняться ценностями, ликвидируя посредников, и, следовательно, действительно меняют пейзаж отраслей. Системы рекомендаций, созданные на аналитике значительных пользовательских данных в реальном времени,

увеличивают точность совпадения предложения личным требованиям клиентов [3, с. 83–88].

5. И ещё один очень немаловажный подход к управлению – выработка подвижных способностей компаний (умение видоизменить бизнес-модель и дизайн в ответ на изменения цифровизации). Средоточие стратегического менеджмента меняется на возвращение особых компетенций в области управления знаниями, цифровыми технологиями, талантами, инновационными процессами. Цифровые возможности пользователей, толерантность к риску и т.д., стали важными факторами успеха стратегии. Необычную значимость заслуживает организационное обучение с использованием инструментов стратегического Форсайта (сценарное планирование, дорожные карты, и др.) [4, с. 237–240].

6. Существенным новшеством цифровых изменений стратегического менеджмента является модификация коммуникации и каскадирования стратегии. С помощью социальных сетей, приложений, виртуальной и дополненной реальности стратегические цели дойдут до любого сотрудника в наглядной и интерактивной форме. Активность исполнения стратегии более зависит от способности компании строить эффективные партнерские экосистемы, обеспечивая обмен данными между участниками построенной цепочки. Стратегическое лидерство в похожих ситуациях требует свежих компетенций по управлению окружающими связями, общему сотворению ценности, выравниванию интересов массы игроков [5, с. 147–158].

Заключение. Таким образом, период «цифры» кидает основательный вызов большинству фундаментальных положений классического стратегического менеджмента. На смену кратковременным динамичным планам подспевают эластичные стратегии, ориентированные на постоянную видоизменение и организационное обучение. Узловым стратегическим ресурсом является данные и цифровые компетенции. Компании, которые смогут необычно использовать потенциалы новейших технологий, смогут встать во главе процесса формирования рынков будущего.

Библиографический список:

1. Наугольнова, И.А. Менеджмент 4.0: эволюция и инновации в управлении организациями в цифровую эпоху / И.А. Наугольнова // Теория и практика общественного развития. - 2023. - № 6(182). - С. 220–226. - DOI 10.24158/tipor.2023.6.28. - EDN KESNPN.
2. Каменева-Любавская, Е.Н. Финансовый менеджмент в эпоху цифровизации / Е.Н. Каменева-Любавская // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов: Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции, Москва, 07 сентября 2022 года. - Санкт-Петербург: Печатный цех, 2022. - С. 268–276. - EDN NMRBQQ.
3. Петров, А.Н. Новые тренды развития теории стратегического менеджмента / А.Н. Петров, Д.О. Назаров // Техничко-технологические проблемы сервиса. - 2024. - № 4(70). - С. 83–88. - EDN HJKGJL.
4. Ермолаева, Е.В. Анализ влияния цифровой трансформации на стратегическое управление компаниями / Е.В. Ермолаева // Молодежная Неделя Науки Института промышленного менеджмента, экономики и торговли: Сборник трудов всероссийской студенческой научно-учебной конференции, Санкт-Петербург, 29 ноября - 03 2022 года. Том Часть 2. - Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2022. - С. 237–240. - EDN DIVZFR.
5. Голубецкая, Н.П. Трансформация инновационной деятельности в современном менеджменте организаций / Н.П. Голубецкая, О.Г. Смешко, Т.В. Чиркова // Экономика и управление. - 2022. - Т. 28, № 2. - С. 147–158. - DOI 10.35854/1998-1627-2022-2-147-158. — EDN ULEPON.

STRATEGIC MANAGEMENT IN THE AGE OF DIGITALIZATION: NEW APPROACHES TO MANAGEMENT

Ivanova N.A. Tsupko K.D.
FSBEI HE Ulyanovsk SAU

Keywords: *strategic management, digitalization, digital transformation, management.*

The article analyzes the changes in strategic management under the conditions of digital transformation. It examines the role of big data and artificial intelligence, the transition to adaptive strategies, digital platforms, dynamic capabilities of companies, and new formats of strategy communication. The study substantiates the rejection of static plans in favor of continuous transformation of the economy