



Секція 4 МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА РИНКОВІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Андрушкевич Н.В., канд. екон. наук.
доцент кафедри менеджменту та
соціально-гуманітарних дисциплін
Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет»

Сучасна вітчизняна економіка відрізняється вектором руху на зміцнення економічної стабільності та накопичення досвіду у сфері управління організаціями. Для збереження конкурентоспроможності компаніям різної величини необхідно вдосконалити свої бізнес-процеси у вигляді використання найактуальніших сучасних ресурсів – інформаційних і цифрових технологій. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у процес управління організацією сприяє суттєвому підвищенню ефективності витрат та виявленню нових можливостей на ринку.

Цифровізація економіки передбачає перехід до господарської діяльності, при якій ключову цінність становлять інформація, знання та технології. При цьому здійснюється роботизація рутинних завдань та вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій. До основних технологій цифрової економіки, що успішно впроваджуються в даний час, можна віднести когнітивні та командні технології, хмарні технології та обчислення, великі дані, віртуальні валюти, цифрові платформи, цифрову освіту, маркетингову інтеграцію, мікросервіси, багатоканальність, адаптивну безпеку, цифрові двійники, розумних помічників (чат-ботів), мобільні платежі та корпоративні додатки, електроніку, що носить, і централізовані платформи. Кожна з технологій має свої особливості, які можуть бути адаптованими до будь-якої сфери діяльності. Найбільш перспективним напрямом можна вважати хмарні технології, які використовуються як основа більшості сучасних бізнес-моделей і виступають принципом більшої частини економічних взаємодій [1].

Цифрові технології мають значний вплив на сприйняття менеджменту щодо стратегічних цілей, змінюючи поведінку суб'єктів господарювання на сучасному ринку. В цих умовах трансформується контекст теорії споживчого вибору. В умовах цифрової економіки

формується нова роль споживача, який стає безпосереднім учасником процесу розробки нової споживчої цінності, що має можливість впливати на кінцевий продукт та пропонувати виробнику рішення, здатні найбільше задовольнити його потреби. Це призводить до відповідної трансформації економічної діяльності суб'єктів господарювання та їх бізнес-моделей [2].

Організації, що працюють на інтернет-ринках, розвиваються швидше, ніж компанії традиційних секторів економіки, хоча останні також починають все активніше застосовувати мережеві можливості, здатні підвищити успішність їхньої діяльності. У роботі компаній Інтернет стає незамінним інструментом, що дає можливість залучати нових клієнтів, вибудовувати взаємодію з цільовою аудиторією, пов'язувати окремі підприємства та процедури та автоматизувати велику кількість бізнес-процесів.

Іншою важливою тенденцією розвитку бізнесу за умов цифрової економіки є диверсифікація великих компаній. Вертикальна система управлінської організації все частіше доповнюється горизонтальними взаємодіями, виходить за рамки внутрішніх операцій та охоплює ключових партнерів, постачальників та споживачів з ланцюжка створення вартості. В результаті змінюється організаційна культура і етика компанії та реорганізується система мотивації з орієнтацією на професійні та особисті якості співробітників.

Глобальною тенденцією розвитку менеджменту є тотальна диджиталізація, що є новим підходом до взаємодії з клієнтами та побудови організаційної культури. Вся digital-трансформація ґрунтується на роботі з даними, що розглядаються як стратегічний актив, розміри якого постійно збільшуються. У зв'язку з цим ефективність сучасного менеджменту значною мірою визначається коректністю збору та аналізу інформації та якістю прийнятих на її основі рішень. У таких умовах набуває поширення інформаційний менеджмент, сферою охоплення якого виступає сукупність всіх управлінських завдань на всіх етапах життєвого циклу організації, включаючи операції та дії, пов'язані з даними у всіх їхніх станах та формах. При впровадженні інформаційного менеджменту повинні вирішуватись завдання визначення цінності та результативності застосування не тільки безпосередньо інформації, але й інших ресурсів компанії, що тією чи іншою мірою входять у взаємодію із даними: фінансовими, технологічними, кадровими та іншими.

До завдань інформаційного менеджменту входять: створення технологічного середовища інформаційної системи підприємства; експлуатація інформаційних систем; вдосконалення та обслуговування

інформаційної системи; планування у сфері інформаційних систем; створення організаційної структури у сфері інформатизації; розробка інноваційної політики підприємства та реалізація інноваційних програм; управління капіталовкладеннями та персоналом у галузі інформатизації; розробка інформаційних ресурсів та забезпечення їх комплексного захисту[3].

Інформаційне забезпечення є важливою умовою керуваності, однак однієї наявності необхідних даних замало для прийняття правильного управлінського рішення. Крім цього, методологічна база, що лежить в основі більшої частини систем автоматизації, що функціонують на ринку, не дозволяє сформувати адекватну модель соціальної системи, яка б функціонувала в активному середовищі. Тому ефективна цифрова модернізація системи менеджменту компанії повинна ґрунтуватися на комплексному підході, а не зводиться виключно до автоматизації процесів.

Таким чином, успішне функціонування сучасних компаній вимагає відходу від традиційних методів організації системи менеджменту та впровадження інформаційних технологій, що сприяють досягненню господарюючими суб'єктами поставленої мети, забезпеченню відповідності стандартам якості, удосконаленню продуктів на базі аналізу попиту споживачів, скорочення термінів розробки проектів та часу виготовлення продукції. Незважаючи на те, що для багатьох видів економічної діяльності швидка модернізація механізму ведення бізнесу, що тривало формується, важкорезалізовувана, компаніям важливо вміти грамотно оцінювати свої можливості, щоб розставляти пріоритети розвитку і розробляти схему цифрових змін, що сприятиме ефективному здійсненню діяльності. Тільки у разі широкого використання інформаційних технологій у менеджменті та цифровізації бізнес-процесів організація може ефективно конкурувати в умовах сучасного ринку.

Інформаційні джерела

1. Токмакова І.В., Шатохіна Д.А. Стратегічне управління розвитком підприємств в умовах цифровізації економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості № 64, 2018. С. 286-290.

2. Карчева Г.Т. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. Фінансовий простір. 2017. № 3(27). С. 13–21.

3. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 105–112.