

ПАРАДИГМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Статтю присвячено визначенню поняття парадигми стратегічного управління телекомунікаційних підприємств та її адаптації в умовах цифрової економіки для формування механізму стратегічного розвитку підприємства та його ефективного функціонування. Акцентовано увагу на тому, що сучасна парадигма стратегічного управління телекомунікаційних підприємств базується на людино-центрованому підході, основу якого складає потенціал управлінського персоналу відповідно до стратегічних напрямів розвитку підприємства. Для телекомунікаційних підприємств, які забезпечують розвиток та функціонування цифрової економіки цілями управління повинні бути: глобальна цифровізація бізнесу та суспільства; адаптація роботи підприємства до наслідків цифрової трансформації; розвиток корпоративної цифрової культури; запровадження сучасних методів управління відповідних диджиталізації та цифровізації соціального та фінансово-економічного спектру розвитку суспільства

Аналітичний огляд дозволив порівняти переваги та недоліки стратегічного, ситуаційного та процесного управління, які стали основою для формування парадигмальної цифрової стратегії управління телекомунікаційним підприємствами, яка передбачає визначення загальної стратегії, стратегічних напрямів діяльності, сценаріїв їх реалізації відповідно до ситуацій управління з врахуванням управлінських сигналів зовнішнього та внутрішнього середовища.

***Ключові слова:** стратегічне управління, цифрова стратегія, телекомунікаційні підприємства, цифрова економіка, цифровізація, цифрова трансформація.*

Постановка проблеми. Основи парадигми стратегічного управління телекомунікаційних підприємств, які забезпечують функціонування цифрової економіки, базуються на визначенні парадигми стратегічного менеджменту І. Ансоффа [2]. Але в період становлення та розвитку цифрової економіки та диджиталізації, процеси прийняття стратегічних управлінських рішень вимагають розробки нових аналітичних методів збору, аналізу та обробки інформації, а також розвитку критичного мислення та креативного підходу до стратегічного управління підприємствами. Своєю чергою, це змінює парадигму стратегічного управління телекомунікаційних підприємств.

Чинний розрив між стратегічним, ситуаційним, проєктним та процесним управлінням є одним з факторів зменшення позитивної динаміки розвитку управлінського потенціалу та рівня його відповідності стратегічним цілям підприємства [3].

Сучасні підходи до формування парадигми стратегічного управління телекомунікаційних підприємств базуються на організаційній єдності впровадження цифрової стратегії та розвитку корпоративної стратегії, яка охоплює ринкові можливості підприємства, здібності персоналу, систему цінностей та соціальну відповідальність. Крім визначення цінностей та цілей, парадигма повинна містити в собі розділ реалізації стратегії в умовах розвитку цифрової економіки та цифрових трансформаційних змін. Таким чином,

науково-практичні дослідження сучасних вчених спрямовані на методи стратегічного управління вимагають розробки сучасної парадигми стратегічного управління телекомунікаційних підприємств, з можливістю використання ситуативних управлінських стратегій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Згідно з класичним визначенням, яке спирається на праці світових вчених економістів, таких як І. Ансофф, О. Арєф'єва, Л. Балабанова, В. Віханський, О. Гудзь, В. Геєць, І. Зеліско, С. Паркер, М. Портер, Дж. Тіс, Л. Лазоренко, Г. Мінцберг, І. Новикова, І. Отенко, О. Сосновская, С. Стецюк, А. Томсон, З. Шершньова, парадигма стратегічного управління підприємствами містить в собі концепції стратегічного, тактичного, ситуаційного та процесного управління.

Питання концепції цифрової економіки щодо ефективного управління підприємствами висвітлено в працях видатних вчених: В. Базилевич, В. Геєць, Н. Гражевська, О. Гудзь, Б. Данилишин, П. Друкер, В. Ільїн, М. Маковецька, В. Міщенко, О. Ночвіна, В. Осєцький, О. Піщуліна, О. Піжук, А. Тойнбі, Е. Тоффлер, Л. Федулова, О. Шпенглер, Й. Шумпетер та інші.

Адаптація визначених концепцій, теорій та методичних підходів до формування парадигми стратегічного управління телекомунікаційних підприємств дозволить розмежувати цифрову стратегію підприємства, яка дозволить розвиватись підприємствам у довгостроковій перспективі та оперативні задачі, які забезпечують виживання та функціонування телекомунікаційних підприємств у сучасних умовах розвитку цифрової економіки.

Метою статті є формування сучасної парадигми стратегічного управління телекомунікаційними підприємствами в умовах цифрової економіки з врахування науково-практичних концепцій сучасного менеджменту підприємства.

Виклад основного матеріалу. Від лат. пізня парадигма, гр. *παράδειγμα* «зразок, модель». У філософській мові воно іноді використовується як еквівалент архетипу, щоб позначити ідеальні параметри згадуваної реальності. У сучасній економічній науці цей термін отримав широке розповсюдження у значенні, наданому йому Куном, як набір практик, методологічних правил, евристичних гіпотез і пояснювальних моделей, які спрямовують наукові дослідження в певну сферу: зміни так званих науково-технічних революцій можна віднести до цього значення.

Термін парадигма введено в економічну та управлінську науки для позначення комплексу методологічних правил, пояснювальних моделей, критеріїв розв'язання проблем, які характеризують стратегічне управління підприємствами на певній фазі їх історичного розвитку та еволюції від речової до цифрової економіки. В цьому сенсі цифрова трансформація та диджиталізація характеризуються зміною парадигми, яку можна простежити.

Вираз «зміна парадигми» також потребує визначення: його придумали, щоб вказати на радикальну зміну способу розв'язання наукової проблеми. На одному етапі всі дослідники погоджуються щодо ядра знань і методів і працюють з ними без потрясінь, з невеликим прогресом. Однак, коли в теорії, що домінує з'являється низка аномалій, вона зазнає кризи, сучасні науковці та управлінці отримують унікальну можливість стати свідками революційної фази, яка призводить до зміни спільної парадигми.

Ми можемо впевнено зазначити, що зміна парадигми відбулася і в галузі цифровізації та програмуванні, як перехід від ітераційного програмування до об'єктно-орієнтованого. Об'єктно-орієнтоване програмування (ООП) — це парадигма програмування, у якій програма розглядається як набір об'єктів, які взаємодіють один з одним [5].

Еволюційний розвиток парадигми стратегічного управління підприємством передбачає формування нових практичних концепцій, які враховують не тільки економічні потреби, а і принципи лідерства, людських цінностей; технологічних змін тощо. Аналіз науково-практичних концепцій стратегічного управління підприємств дозволяє виділити такі складові:

реалізацію основних функцій стратегічного управління – планування, мотивації, організації та контролю;

запровадженням стратегічних змін відповідно до сигналів ринкового середовища та внутрішніх потреб підприємства;

застосування спеціальних механізмів для реалізації діалектичного зв'язку між процесним, ситуаційним та стратегічним управлінням [1].

Стратегія - це довгострокова підприємницька поведінка, спрямована на досягнення основних цілей управління.

Це поведінка для досягнення довгострокових цілей, визначених відповідно до еволюції відносин між компанією та середовищем, у якому вона працює (табл. 1)

Таблиця 1

Вступ до бізнес-стратегії

Процес вирішення проблеми	Можливі сценарії
- усвідомлювати наявність проблеми, яку необхідно розв'язати	✓ Впевненість
- визначте цілі, яких необхідно досягти, а також обмеження щодо витрат і часу, яких необхідно дотримуватися	✓ Ризик
- пошук альтернатив, сумісних із часовими межами та обмеженнями	✓ Невизначеність
- вибрати серед можливих альтернатив	✓ конкурентна невизначеність

Стратегія визначає відносини з навколишнім середовищем, зміни якого можуть визначати можливості та загрози для підприємства. Управлінець довільно взятого підприємства може прийняти 3 різні погляди на цифрову трансформацію та еволюцію навколишнього середовища (табл. 2):

Таблиця 2

Позиції стратегічного управління підприємством щодо розвитку цифровізації

Вичікувальне ставлення	Реакція на виникнення змін середовища
Випереджаюча установка	Завчасно реагуйте на очікувані зміни
Активне ставлення	Індукція змін у середовищі

Профілі управління компанією. Стратегічне управління підприємствами можна розуміти як комплекс рішень і заходів, які здійснюються підприємством для досягнення цілей суб'єктів, залучених до її діяльності [2]. Управління розвивається відповідно до безперервної системи можливих виборів, упорядкованих ієрархічно на основі: часу, ризиків, ресурсів.

Управлінський стратегічний вибір може являти собою

1) управління факторами виробництва, що використовуються в організації компанії.

2) комплекс рішень і заходів, спрямованих на досягнення цілей підприємств.

Таблиця 3

Управлінський вибір

Стратегічний	Довгострокові підприємницькі цілі.
Тактичний	Методи використання ресурсів.
Операційний	Проведення заходів.

Стратегічне управління стосується довгострокової підприємницької поведінки, спрямованої на досягнення основних цілей діяльності компанії. Ієрархія стратегічних рішень представлено на рис. 1.

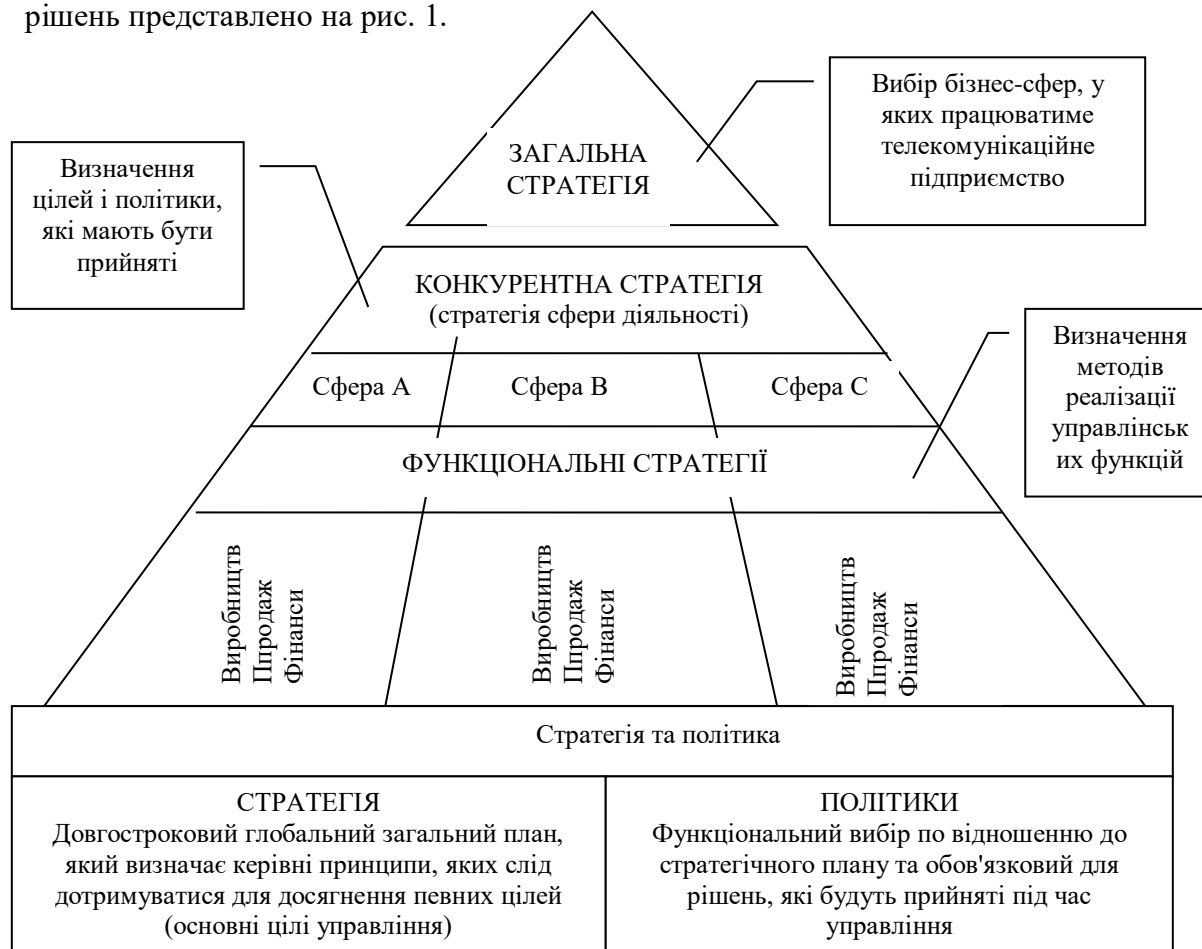


Рис. 1 Ієрархія стратегічних рішень

Як бачимо, традиційна теорія та практика стратегічного управління підприємствами цілком логічно пояснює поведінку підприємств у їх бізнес-середовищі. Натомість діяльність сучасних підприємств в умовах цифрової економіки, доводить, що традиційні моделі стратегічного управління змушені поступитися місцем цифровим стратегіям та альтернативним поясненням.

У сучасній реальності змін виникли нові форми організації, які краще пояснити «трансформаційною» та «цифровою» парадигмою, яка допоможе подолати розриви.

Сучасні глобальні зміни, викликані цифровою трансформацією, дозволяють окреслити наступні парадигми стратегічного управління:

Парадигма структуралістів (Структура-Поведінка-Ефективність). Структура ринку впливає на поведінку компаній, а це, своєю чергою, впливає на результат (ефективність) управління компанією.

Парадигма біхівіористська (Поведінка-Структура-Виконання). Саме поведінка підприємства впливає на структуру сектора. Перетворення навколишнього середовища визначаються (також) результатом інноваційної поведінки, яку просувають підприємства.

Парадигма заснована на ресурсах (Ресурси-Поведінка-Ефективність). Це специфічні ресурси, якими володіє підприємство, які підтримують поведінку, здатну генерувати галузеві зміни, які, змінюючи правила гри, покращують шанси на конкурентний успіх.

Парадигма заснована на знаннях (Знання-Навички-Ефективність). Саме знання (вироблені соціальною взаємодією), які накопичуються на підприємстві, створюють можливості, здатні надихати на поведінку, здатну генерувати конкурентний успіх.

Висновок. Дослідження сучасних концепцій стратегічного управління підприємствами дали можливість визначити, що більшість парадигмальних напрямків стратегічного управління базується на відомих підходах до формування синергетичної системи стратегічного, ситуаційного, оперативного та процесного управління для досягнення поставлених цілей розвитку підприємства. Акцентування уваги на стратегічному управлінні телекомунікаційних підприємств дало можливість окреслити базові парадигми, які мають практичний характер для визначення ефективних процедур прийняття стратегічних управлінських рішень та реалізації процесу стратегічного управління; дозволяє телекомунікаційним підприємствам сформулювати форму ефективного управління з урахуванням цифрових трансформацій.

Список використаної літератури

1. Безгін К.С., Дороніна О.А. Парадигма стратегічного розвитку управлінського потенціалу підприємства. *Економіка і організація управління*. № 4 (40) 2020. С. 249-257
2. Гвініашвілі Т. З. Зміна парадигми стратегічного управління підприємством в умовах цифрової економіки. *Економічний простір*. 2021, No 172/ URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/936/907>
3. Гудзь О. Є., Сазонова С. В. Формування організаційно-економічного механізму загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2018. 144 с.
4. Офіційний веб портал Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL: <https://nkrzi.gov.ua/>
5. Corso di Programmazione ad Oggetti URL: webuser.unicas.it/destefano/slides_OOP/L_01_intro_OOP.pdf
6. Ji, X., & Li, W. Digital Transformation: A Review and Research Framework. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 2022, 5(3), 21–27. <https://doi.org/10.54097/fbem.v5i3.1898>

REFERENCES

1. *Ekonomika Ukrainy v doslidzhnnyakh i prohnozakh: 20 rokiv diialnosti Instytutu ekonomiky ta prohnozuvannya NAN Ukrainy* (2018). [The Economy of Ukraine in Research and Forecasting: 20 Years of the Institute of Economics and Forecasting NAS of Ukraine]. NAS of Ukraine, State Institution «Inst. and predicted. NAS of Ukraine», Kyiv.
2. Hviniasvili T. Z. (2021). Zmina paradyhmy stratehichnoho upravlinnia pidpriumstvom v umovakh tsyfrovoy ekonomiky [Changing the paradigm of strategic enterprise management in a digital economy]. *Ekonomichnyi prostir*. No 172. Retrieved from: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php> (in Ukrainian)
3. Hudz O. Ye., Sazonova S. V. (2018). Formuvannya orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu zahalnodostupnykh posluh telekomunikatsiinymy pidpriumstvamy: monohrafiia [Formation of the organizational and economic mechanism of publicly available services by telecommunications enterprises: monograph]. Lviv: Liha-Pres. (in Ukrainian)
4. Ofitsyniy sayt Derjavnogo komitetu statistiki Ukraïni [Official site of the State Statistics Committee of Ukraine]. Retrived from <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Corso di Programmazione ad Oggetti Retrieved from: webuser.unicas.it/destefano/slides_OOP/L_01_intro_OOP.pdf
7. Ji, X., & Li, W. (2022). Digital Transformation: A Review and Research Framework. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 5(3), 21–27. Retrieved from: <https://doi.org/10.54097/fbem.v5i3.1898> (in U.S.A.)

SAZONOVA SVETLANA. THE PARADIGM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF TELECOMMUNICATIONS ENTERPRISES IN THE DIGITAL ECONOMY. *The article is concerned with defining the concept of the paradigm of strategic management of telecommunications enterprises and its adaptation in the digital economy to form a mechanism for the strategic development of enterprise and its efficient functioning. The article emphasises that the modern paradigm of strategic management of telecommunications enterprises is based on a human-centred approach, which is based on the potential of management personnel in accordance with the strategic directions of enterprise development. For telecommunications enterprises that ensure the development and functioning of the digital economy, the management objectives should be: global digitalisation of business and society; adaptation of the enterprise's operation to the consequences of digital transformation; development of corporate digital culture; introduction of modern management methods corresponding to the digitalisation and digitalisation of the social, financial and economic spectrum of society development.*

The analytical review made it possible to compare the advantages and disadvantages of strategic, situational and process management, which became the basis for the formation of a paradigmatic digital strategy for managing telecommunications enterprises, which involves determining the overall strategy, strategic directions of activity, scenarios for their implementation in accordance with management situations, taking into account management signals from the external and internal environments. The study of modern concepts of strategic management of enterprises has made it possible to determine that most of the paradigmatic directions of strategic management are based on the known approaches to the formation of a synergistic system of strategic, situational, operational and process management to achieve the goals of enterprise development. Focusing on the strategic management of telecommunications enterprises has made it possible to outline the basic paradigms that are practical for determining effective procedures for making strategic management decisions and implementing the strategic management process; allows telecommunications enterprises to form a form of effective management with due regard for digital transformations.

Key words: strategic management, digital strategy, telecommunications companies, digital economy, digitalisation, digital transformation..