

Барышников Вячеслав Сергеевич
Московская международная академия

Особенности стратегического планирования в условиях цифровой трансформации бизнеса

Аннотация. Статья посвящена изучению изменений в стратегическом планировании в условиях цифровой трансформации. Рассмотрены ключевые этапы стратегического планирования, а также новые подходы, такие как Agile-стратегия и аналитически ориентированный подход (Analytics-Driven Approach, ADA). Освещены принципы Agile-стратегии, включая итеративность, гибкость и клиентоориентированность, а также этапы её внедрения в организации. Особое внимание уделено использованию аналитики и данных для принятия обоснованных решений, оптимизации процессов и повышения конкурентоспособности. Подчёркивается значение аналитики для прогнозирования трендов, улучшения клиентского опыта и разработки инновационных решений. Отмечено, что успешное внедрение гибких стратегий требует вовлечённости всех уровней организации и изменения корпоративной культуры. Рассмотрены преимущества гибкого подхода в условиях быстро меняющейся внешней среды. Сделан вывод о важности адаптации компаний к изменениям, гибкости стратегий и интеграции новых технологий для успешного развития в условиях цифровой трансформации.

Ключевые слова: цифровая трансформация, стратегическое планирование, Agile-стратегия, аналитически ориентированный подход, гибкость, адаптация, инновации, аналитика.

Baryshnikov Vyacheslav Sergeevich
Moscow International Academy

Features of strategic planning in the context of digital business transformation

Annotation. The article is devoted to the study of changes in strategic planning in the context of digital transformation. The key stages of strategic planning are considered, as well as new approaches such as Agile strategy and Analytics-Driven Approach (ADA). The principles of the Agile strategy, including iterativity, flexibility and customer orientation, as well as the stages of its implementation in the organization are highlighted. Special attention is paid to the use of analytics and data to make informed decisions, optimize processes and increase competitiveness. The importance of analytics for forecasting trends, improving customer experience and developing innovative solutions is emphasized. It is noted that the successful implementation of flexible strategies requires the involvement of all levels of the organization and a change in corporate culture. The advantages of a flexible approach in a rapidly changing environment are considered. The conclusion is made about the importance of companies' adaptation to changes, flexibility of strategies and integration of new technologies for successful development in the context of digital transformation.

Keywords: digital transformation, strategic planning, Agile strategy, analytically oriented approach, flexibility, adaptation, innovation, analytics.

Современный бизнес-ландшафт испытывает значительное воздействие цифровой трансформации, которая проникает во все сферы деятельности. Стратегическое планирование становится неотъемлемой частью управления организациями, обеспечивающим их конкурентоспособность и адаптивность к изменяющимся условиям.

Цифровая трансформация бизнеса — это процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты организации, который приводит к фундаментальным изменениям в способах ведения бизнеса, создании ценности для клиентов и взаимодействии с партнёрами. В условиях быстрого технологического прогресса компании сталкиваются с необходимостью пересмотра своих стратегий, чтобы успешно адаптироваться к новым вызовам и возможностям.

Под стратегическим планированием следует понимать процесс развития и реализации долгосрочных целей и задач организации, направленный на достижение конкурентных преимуществ. В условиях цифровой трансформации данное понятие претерпевает изменения, включая акцент на гибкость, скорость принятия решений и интеграцию технологий.

Основные этапы стратегического планирования были освещены множеством исследователей и специалистов в данной области [1-4]. В соответствии с мнением автора этой статьи, можно выделить пять основных этапов стратегического планирования, которые включают в себя:

1. Анализ внешней и внутренней среды — на этом этапе важно оценить текущие рыночные условия, а также возможности и угрозы, исходящие от конкурентов, технологий и экономических факторов.

2. Формулирование миссии и видения — здесь организации определяют свои основные цели, принципы и долгосрочные намерения, что помогает установить стратегические ориентиры для будущей деятельности.

3. Определение стратегических целей — на данном этапе формулируются конкретные, измеримые и достижимые цели, которые организация стремится реализовать в рамках своего стратегического плана.

4. Разработка стратегий и планов действий — после определения целей разрабатываются конкретные стратегии и меры, которые помогут достигнуть поставленных задач, включая распределение ресурсов и определение сроков.

5. Мониторинг и оценка выполнения стратегии — этот последний этап включает регулярный анализ прогресса в реализации стратегий и внесение необходимых корректировок, что обеспечивает динамичную адаптацию к изменяющимся условиям.

Каждый из этих этапов играет важную роль в формировании эффективной стратегии, способной обеспечить устойчивое развитие организации в условиях неопределенности и постоянных изменений, связанных с цифровой трансформацией.

Стоит помнить, что стратегическое планирование в условиях цифровой трансформации представляет собой сложный и многоуровневый процесс, который требует внедрения новых подходов и инструментов для адаптации к быстро меняющейся среде. С учетом динамичности рынка и неизбежности изменений, гибкие методологии, такие как Agile и Scrum, становятся особенно актуальными. Эти подходы позволяют быстро адаптироваться к изменениям и более гибко реагировать на запросы клиентов и изменения в рыночной среде [5].

Agile-стратегия — это подход к стратегическому управлению, который основывается на принципах гибкого управления проектами (Agile). Она позволяет организациям быстро адаптироваться к изменениям во внешней среде и внутренним требованиям, обеспечивая при этом эффективность и более высокое качество принимаемых решений.

Основные принципы Agile-стратегии:

1. Итеративность. Agile-стратегия подразумевает разбиение большого объема работы на небольшие части (итерации), которые могут быть быстро выполнены и оценены. Это помогает минимизировать риски и предоставляет возможность корректировать курс по мере получения новых данных и отзывов.

2. Гибкость и адаптивность. В отличие от традиционных подходов, Agile предполагает, что изменения могут происходить в любой момент, что делает стратегию

более устойчивой к рыночным изменениям и новым вызовам. Команды могут легко перенаправлять усилия на более актуальные приоритеты.

3. Клиентоориентированность. Agile-стратегия акцентирует внимание на потребностях клиентов. Работа начинается с понимания пользователей и их проблем, что позволяет создавать продукты, максимально соответствующие их ожиданиям.

4. Кросс-функциональные команды. Формируются команды, обладающие различными навыками (разработка, тестирование, маркетинг и т.д.), что сокращает время на коммуникацию и увеличивает скорость реагирования на изменения.

5. Постоянное улучшение. Agile-философия включает в себя регулярные ретроспективы, на которых команды анализируют свои успехи и неудачи, что позволяет выявлять области для улучшения и повышать производительность.

Внедрение Agile-стратегии в организации — это процесс, требующий внимательного планирования, подготовки и поддержки со стороны всех уровней управления, включающий в себя несколько этапов.

Прежде чем начать внедрение Agile, важно провести анализ текущего состояния организации, включая:

- культурные особенности (как сотрудники воспринимают изменение подходов к работе);
- структуры и процессы (насколько текущие процессы гибкие);
- поддержка со стороны руководства (готовы ли лидеры поддерживать изменения).

Следующий этап включает в себя обучение и подготовку команды. Следует провести обучение (тренинги) по методологиям Agile (Scrum, Kanban и др.), чтобы сотрудники понимали основные принципы и подходы и создать кросс-функциональные команды, которые смогут самостоятельно принимать решения в процессах.

Далее следует определить цели и ключевые показатели.

Следующий шаг сопряжен с выбором подходящей методологии Agile. Существует множество подходов в рамках Agile. Важно выбрать тот, который наилучшим образом соответствует специфике организации:

- Scrum - подходит для проектов с четкими требованиями и сроками. Состоит из спринтов, где команда фокусируется на выполнении определенного объема работы.
- Kanban - фокусируется на визуализации рабочего процесса и управлении потоком задачи. Задачи выполняются по мере их поступления.
- Lean - акцентируется на минимизации потерь и оптимизации процессов.

Далее следует проведение пилотного проекта, что позволяет апробировать Agile-подход, минимизируя риски. Следует запускать короткие итерации, позволяя команде вносить изменения и адаптироваться на основе полученных отзывов.

Важным этапом является обратная связь и улучшения. Проведение встреч по итогам итераций способствует постоянному обучению и корректировке процессов.

Следующим этапом осуществляется широкое внедрение и масштабирование проекта, то есть постепенная интеграция Agile в другие звенья организации.

На завершающем этапе осуществляется мониторинг и адаптация. Осуществляется оценка уже внедренных изменений и их влияние на общие цели бизнеса и в случае необходимости адаптация методов и процессов в зависимости от изменений во внешней среде и новых вызовов.

Внедрение Agile-стратегии — это сложный, но очень полезный процесс, который может значительно улучшить эффективность работы команды и повысить удовлетворенность клиентов. Подходя к этому процессу системно и последовательно, организации могут создать гибкую и устойчивую среду, способную быстро реагировать на изменения рынка и потребности пользователей [5].

Кроме того, стоит отметить, что цифровая трансформация предоставляет организациям доступ к огромным объемам данных. Использование аналитических

инструментов и технологий машинного обучения позволяет более точно анализировать поведение клиентов, прогнозировать тренды и принимать обоснованные стратегические решения. Analytics-driven подход — это не только управление на основе данных, но и глубокое понимание их значимости для бизнес-процессов [6]. Аналитически ориентированный подход (ADA) в бизнесе и управлении проектами — это стратегия, основанная на данных, которая позволяет организациям принимать обоснованные решения, опираясь на количественные и качественные показатели. Это подразумевает активное использование аналитических инструментов и методов для сбора, обработки и анализа данных с целью оптимизации процессов, повышения производительности и улучшения результатов.

Основные компоненты аналитически ориентированного подхода:

1. Сбор данных:
 - источники данных (выявление источников данных, включая внутренние системы (CRM, ERP) и внешние источники (рынок, социальные сети));
 - методы сбора (применение методов сбора данных, таких как опросы, аналитика веб-трафика и мониторинг взаимодействия с клиентами).
2. Обработка и хранение данных:
 - системы хранения данных (использование облачных хранилищ, баз данных и хранилищ данных для эффективного управления большими массивами информации);
 - очистка данных (обработка и очистка данных для обеспечения их качества и достоверности).
3. Анализ данных:
 - статистические методы (применение статистических и аналитических методов для выявления тенденций и паттернов);
 - моделирование и прогнозирование (использование алгоритмов машинного обучения и статистического моделирования для прогнозирования будущих событий и трендов).
4. Визуализация данных:
 - инструменты визуализации (применение инструментов визуализации, данных графических библиотек для представления данных в наглядном виде);
 - интерпретация результатов (обсуждение аналитических выводов с заинтересованными сторонами для принятия решений).
5. Принятие решений:
 - обоснованные решения (упор на принятие решений, основанных на данных, а не на интуиции или прошлом опыте);
 - адаптивность (способность быстро адаптироваться к изменениям в данных и бизнес-среде).
6. Оценка и обратная связь:
 - мониторинг результатов (постоянный анализ результатов для определения эффективности принятых решений);
 - адаптация стратегии (корректировка бизнес-стратегии на основе полученных данных и обратной связи от клиентов и сотрудников).

Преимущества аналитически ориентированного подхода трудно переоценить.

Во-первых, это улучшение точности и скорости принятия решений: За счет данных, основанных на фактических данных, компании могут быстрее адаптироваться к изменениям на рынке.

Во-вторых, это оптимизация процессов: Анализ данных позволяет выявить узкие места и эффективно распределять ресурсы.

В-третьих, понимание клиентского поведения. Глубокий анализ клиентских данных позволяет лучше удовлетворять требования клиентов и увеличивать их лояльность.

В-четвертых, повышение конкурентоспособности. Организации, использующие аналитические инструменты, могут оперативно реагировать на действия конкурентов и изменения в рыночной среде.

В-пятых, инновации на основе данных. Использование данных для тестирования новых идей и инновационных продуктов, что снижает риски.

Аналитически ориентированный подход является мощным инструментом в арсенале современного бизнеса. Интеграция данного подхода позволяет не только улучшать внутренние процессы и повышать эффективность работы, но и лучше понимать потребности клиентов, что в конечном счете приводит к повышению прибыли и конкурентоспособности компании.

В условиях стремительно развивающейся цифровой трансформации подходы к стратегическому планированию испытывают значительные изменения. Традиционные методы, основанные на стабильных условиях и предсказуемом окружении, больше не соответствуют требованиям современного мира, где неопределенность и быстрота изменений становятся нормой. Поэтому акцент в стратегическом планировании все больше смещается на такие ключевые аспекты, как гибкость, аналитика, ориентация на клиента, инновации и сотрудничество.

Таким образом, успех организаций в будущем будет зависеть от их способности адаптироваться к изменениям и внедрять новые практики в свою стратегическую деятельность. Компании, способные быстро реагировать на вызовы, использовать данные для обоснования своих решений, фокусироваться на потребностях клиентов, внедрять инновации, будут иметь возможность не только выжить, но и процветать в условиях цифровой трансформации.

Список источников

1. Макарян, Э. А. Стратегическое планирование в современных организациях: проблемы и принципы эффективной организации / Э. А. Макарян // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 5-2. – С. 136-139.
2. Семенова, Л. В. К вопросу об эффективной организации процесса стратегического планирования и управления организацией / Л. В. Семенова, А. И. Егоркина // Наука - промышленности и сервису. – 2012. – № 7. – С. 159-161.
3. Борисенко, Н. Н. Значение бизнес-планирования в решении стратегических и тактических задач организации / Н. Н. Борисенко, Ж. Бердимурат, И. А. Белозерова // Современная студенческая наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: Материалы V Международной студенческой научно-практической конференции, Ставрополь, 29–30 марта 2018 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "Издательско-информационный центр "Фабула", 2018. – С. 129-132.
4. Дидык, К. С. Роль стратегического планирования в системе менеджмента организации / К. С. Дидык // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, Белгород, 01–20 мая 2016 года / Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2016.
5. Бобовникова, А. О. Agile-стратегии в управлении ИТ-проектами и их вклад в формирование бизнес-стратегии на рынке США / А. О. Бобовникова // Финансовый вестник. – 2023. – № 2(61). – С. 85-89.
6. Аналитика в тренде.: Data-driven-подход и современные методы решения бизнес-задач. Аналитический отчет. – М.: Центр стратегических исследований, 2024.
7. Варфаловская, В. В. Стратегическое планирование в условиях цифровой трансформации бизнеса: сущность, необходимость и особенности разработки стратегии / В. В. Варфаловская, Е. В. Хомутова // Вестник Академии знаний. – 2024. – № 5(64). – С. 100-105.

8. Халявина К. А. Цифровая трансформация бизнеса на основе технологии искусственного интеллекта//Актуальные вопросы современной экономики. 2021.- №10. С.199-202

Информация об авторе

Барышников Вячеслав Сергеевич, аспирант Московской международной академии, г. Москва, Россия

Information about the author

Baryshnikov Vyacheslav Sergeevich, PhD student at the Moscow International Academy, Moscow, Russia