

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ВЫСОКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ СРЕДЫ

В работе представлены выводы по анализу современных факторов нестабильности и их влиянию на стратегический менеджмент компаний.

Нестабильность внешней среды в области экономики и политики порождает запрос со стороны компаний на изменение стратегического управления. Если раньше предприятия могли игнорировать нестабильность экономической ситуации, то сейчас вынуждены осваивать новые методы, связанные со стратегическим управлением, без которого невозможно справиться с проблемами, вызванными кризисным состоянием экономики и международной среды.

Система стратегического управления в период кризиса и опасности позволяет предотвратить наступление кризисных ситуаций, а если кризис неизбежен, то подготовиться к эффективной и слаженной работе в сложившихся условиях кризисной ситуации.

Анализ, выводы и результаты PEST позволяют правильно оценить внешнеэкономическую ситуацию, складывающуюся в производственной и коммерческой среде [1]. PEST-анализ отеля «AZIMUT Отель Олимпик Москва» и других компаний, предоставляющих услуги сервиса, высветил следующие наиболее важные факторы: сокращение турпотока, режим ограничений в Москве в рамках борьбы с распространением коронавируса, политическая нестабильность, рост средней заработной платы при падении реальных доходов населения, инфляция, ослабление курса рубля, растущий интерес к Москве и другим историческим центрам среди российских туристов, возникновение социальных страхов у туристов к путешествиям, значимая роль продвижения бренда, государственная поддержка среднего и малого бизнеса, слабый интерес компаний к использованию цифровых технологических инноваций, интегрирующихся за рубежом в различные технологии умных вещей, что может стать причиной необходимости ГЧП [2].

Интегрируя результаты анализа, отметим, что макроэкономические показатели могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние. Особое внимание следует уделить политическим и экономическим факторам.

Оптимальной концепцией на данный момент является пересмотр стратегий концентрации. В частности, необходимо направить свое конкурентное преимущество на повышение качества обслуживания клиентов. Хорошо разработанная корректная система анкетирования позволит получать от потребителей эффективную обратную связь о качестве услуг по результатам проведенной инновации.

Главная тенденция развития мировой экономики на современном этапе — это ускоряющаяся глобализация, а основная угроза теперь состоит в том, что нестабильность выходит на международный уровень.

После окончания эпидемии и стабилизации внешнеполитической ситуации будут необходимы активные маркетинговые усилия, в том числе подключение социальных сетей и персонализированные рассылки бывшим и потенциальным клиентам. Понадобится обновление системы стратегического управления для роста конкурентоспособности и усиления компании.

Источники

1. Стратегический менеджмент / В. Н. Парахина [и др.]. — М. : Кнорус, 2022. — 524 с.
2. Борис, О. А. Особенности применения ГЧП в условиях цифровой экономики / О. А. Борис, Р. М. Устаев // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право : сб. науч. тр. — Ставрополь, 2019. — С. 324–325.