

DOI: [10.26565/2311-2379-2024-106-05](https://doi.org/10.26565/2311-2379-2024-106-05)
УДК 334.726:[005.51:005.21]:004**О. В. ЗАЙКА***старший викладач закладу вищої освіти кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6000-9870>, e-mail: o.v.zaika@karazin.ua**І. А. ЧУБКА***студентка
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-9993-7244>, e-mail: chubka2021.9512855@student.karazin.ua

* Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна

**РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЙ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ:
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ**

Стратегічне планування в сучасному світі стає невід'ємним і важливим інструментом управління для міжнародних компаній. Ця стаття розглядає основні аспекти стратегічного планування, визначаючи його сутність, особливості та виклики, що постають перед міжнародними компаніями під час стратегічного планування. У дослідженні зосереджено увагу на стратегічному плануванні міжнародних компаній з використанням сучасних технологій та аналізі впливу цифрової трансформації на їх діяльність. Основною метою було виявлення перспектив та викликів у цій галузі. У статті відображено важливість сучасних підходів до стратегічного планування, підкреслюючи роль технологій, зокрема цифрової трансформації, у досягненні успіху міжнародних компаній, у світі викликів у вигляді глобалізації та цифровізації. В ході дослідження розглянуто різноманітні технології, що використовуються у стратегічному плануванні, та порівняно їх функціональні та цінові характеристики. Висвітлюючи значення і вплив цифрових інновацій на стратегічне планування, стаття також пропонує поглиблений розгляд можливостей використання сучасних технологій у процесах прийняття рішень і формування стратегій, зокрема у вигляді впровадження аналітичних систем, задля підвищення ефективності стратегічної та оперативної діяльності міжнародних компаній. Досліджується питання цифрової трансформації, що дозволяє отримати більш повне уявлення про цілісну картину впливу технологій на стратегічні рішення компаній. На основі досліджень порівняння аналітичних систем, зроблено висновок про те, що ефективна цифрова трансформація може значно покращити стратегічне планування міжнародних компаній, забезпечуючи їм конкурентні переваги та збільшуючи їхню ефективність у глобальному бізнес-середовищі. Таким чином, врахування цифрової трансформації стає невід'ємною складовою успішного стратегічного планування міжнародних компаній, сприяючи їхньому сталому розвитку та конкурентоспроможності.

Ключові слова: **стратегічне планування, міжнародні компанії, digital transformation, digitalisation.**

JEL Classification: F29, M10, L86, O33.

Постановка проблеми. У сучасному світі динамічного розвитку економіки та технологій міжнародні компанії часто стикаються з різноманітними викликами, пов'язаними зі стратегічним плануванням. Однією з ключових проблем є потреба адаптації традиційних способів стратегічного планування до мінливого середовища. Також важливою проблемою є необхідність впровадження інноваційних технологій задля підвищення ефективності довгострокового планування та оптимізації всіх процесів. Враховуючи ці аспекти, дослідження розглядає роль технологій під час стратегічного планування міжнародних компаній та вплив цифрової трансформації на конкурентоспроможність та успішність бізнесу в умовах глобалізації та цифровізації.

Аналіз останніх досліджень. У статті розглядається роль технологій під час стратегічного планування міжнародних компаній. Для аналізу цієї теми було використано роботи, присвячені дослідженню сутності стратегічного планування, цифрової трансформації та її впливу на міжнародні компанії.



Важливим джерелом для дослідження впливу цифрової трансформації на стратегічний менеджмент є стаття «The impact of digital transformation on strategic management» (Bozintan, Crişan, & Pincos, 2023). Автори описують різні моделі цифрової трансформації та їх вплив на стратегічне планування, а також наводять приклади компаній, які успішно впровадили цифрову трансформацію.

Стаття «The Impact of Digital Technologies on Strategic Planning in Multinational Corporations» (Melović et al., 2020) досліджує вплив цифрових технологій на процес стратегічного планування в міжнародних компаніях. Автори виявили, що цифрові технології змінюють спосіб, яким компанії збирають, аналізують та використовують інформацію для прийняття стратегічних рішень.

Вагомий внесок у дослідження впливу цифрових технологій на формулювання та реалізацію стратегії міжнародних корпорацій зробила авторка статті «The Importance of Digital Transformation in International Business» (Pereira, 2022). Також питання взаємозв'язку між бізнес-стратегією та стратегіями цифрової трансформації було розкрито у статті «Better together: Right blend of business strategy and digital transformation strategies» (Mishra, 2023).

Дослідженню елементів стратегічного планування його ролі та перевагам присвячено статтю «Роль стратегічного планування у веденні зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) українськими підприємствами в умовах євроінтеграції.» (Данілова & Пасічна, 2016).

В ході дослідження було розглянуто роботу «Стратегічне планування як основа сталого розвитку підприємства» (Гарнага, 2016). Стаття досліджує роль стратегічного планування у забезпеченні сталого розвитку підприємства, елементи та виклики стратегічного планування.

Перспективи інформаційного підходу до стратегічного планування розкрито в статті «Інформаційний підхід до стратегічного менеджменту підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища» (Дячков, 2020).

Хоча існуючі дослідження підтверджують той факт, що рівень глибини досліджень цифрової трансформації збільшується, очевидно, що існують прогалини в розумінні цієї концепції. Ця тема розкрита в статті «Developing a unified definition of digital transformation» (Gong and Ribiere, 2021).

Питання комплексного виконання цифрової трансформації – від стратегії на рівні керівництва до впровадження команди на місцях досліджено та розкрито у книзі «Digital Transformation: Build Your Organization's Future for the Innovation Age» (Herbert, 2017)

Крім того, дослідженню питання потенціалу цифрових технологій у стратегічному плануванні присвятили свої роботи Галазюк Н. М., Кутідзе Л.С., Яценко О. В., Яценко В. М., Яценко В. О., Сазонова С., Новиков Д., Панчук А., Малькова К. Посипайко Є. А., Семененко Ю. та інші. Слід визнати, що всі науковці, розглянуті нами вище, внесли вагомий та суттєвий вклад у розвиток досліджуваної теми, але технології не стоять на місці та ефективне стратегічне планування потребує все більше нових та актуальних досліджень.

Мета роботи: аналіз можливостей використання сучасних технологій автоматизації стратегічного планування в міжнародних корпораціях в умовах цифрової трансформації

Відповідно до поставленої мети, було визначено наступні завдання:

- проаналізувати особливості стратегічного планування міжнародних компаній в часи цифрової трансформації світу;
- виявити загальні виклики, з якими стикаються міжнародні компанії під час стратегічного планування своєї діяльності;
- визначити вплив технологій та цифровізації на стратегічне планування.

Методологія дослідження. Під час дослідження було використано різноманітні методи наукового дослідження з метою детального вивчення предмета та систематизації основних принципів і понять. Ми використовували діалектичний метод для аналізу та узагальнення об'єкта дослідження, логічний метод для створення систематизованого уявлення, а також методи аналізу, синтезу та порівняння для розгляду викликів стратегічного планування. Для виявлення основних тенденцій у цій сфері ми використовували економіко-статистичний метод. Матеріали та результати дослідження були візуалізовані з метою полегшення їх сприйняття. Також було використано системно-структурний метод для теоретичного узагальнення отриманих результатів та формування висновків.

Основні результати дослідження. У сучасному світі, де цифровізація набирає все більших обертів, міжнародні компанії змушені адаптувати свої стратегії, щоб залишатися

конкурентоспроможними. Цифрова трансформація змінює не лише внутрішні процеси компаній, але й загальну структуру ринків, споживацькі звички та глобальні бізнес-процеси. Зважаючи на це, у стратегічного планування міжнародних компаній з'являються нові особливості та виклики.

Стратегічне планування є шляхом до впевненого майбутнього міжнародної компанії, проте, на мою думку, в сучасних умовах стикається із викликами, які варто враховувати та долати, задля створення ефективної довгострокової стратегії (рис. 1).

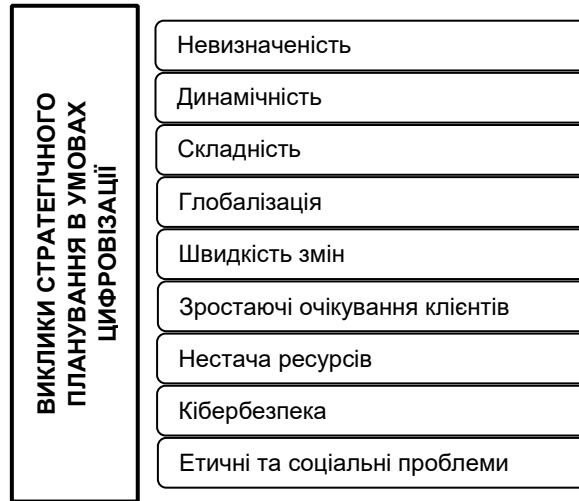


Рис. 1. Виклики стратегічного планування в умовах цифровізації
Fig. 1. Strategic planning challenges in the context of digitalisation

Джерело: (Al-Filali, Abdulaal, Alawi, 2023)

Серед викликів, які впливають на стратегічне планування міжнародних компаній в умовах зростаючої цифрової трансформації світу є :

Невизначеність. Зростаючі обсяги даних та швидкість їх зміни ускладнюють прогнозування майбутнього та розробку довгострокових стратегій, що змушує компанії розробляти гнучкіші та адаптивні стратегії.

Динамічність. Швидка цифровізація ринків призводить до постійної появи нових конкурентів та інноваційних продуктів, що швидко застарівають. Це змушує компанії постійно оновлювати свої стратегії, впроваджуючи нові технології та адаптуючись до змін ринку в режимі реального часу.

Глобалізація. Цифровізація відкриває нові ринки для міжнародних компаній, але водночас підсилює культурні та регуляторні виклики. Компанії повинні адаптувати свої цифрові стратегії відповідно до різних локальних умов, включаючи локальні правила щодо даних та конфіденційності.

Швидкість змін. Технологічні інновації та швидкий розвиток цифрових рішень змушують компанії постійно вдосконалювати свої процеси та продукти. Стратегічне планування повинно включати механізми швидкого реагування на технологічні зрушення, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Зростаючі очікування клієнтів. Цифровізація підвищує очікування клієнтів щодо персоналізованого досвіду та швидкості обслуговування. Компанії повинні інвестувати у технології для аналізу даних про клієнтів та впровадження AI-рішень для персоналізації взаємодії з клієнтами.

Нестача ресурсів. Не всі компанії мають достатньо ресурсів для впровадження передових цифрових рішень. Це вимагає стратегічного планування та ефективного розподілу ресурсів, інвестування в пріоритетні технології та партнерство з іншими компаніями для досягнення цифрових цілей.

Кібербезпека. З ростом цифровізації зростають і загрози кібератак. Міжнародні компанії повинні інтегрувати кібербезпеку у свої стратегії, забезпечуючи захист даних та систем, а також відповідність регуляторним вимогам щодо конфіденційності та безпеки даних.

Етичні та соціальні проблеми. У цифрову епоху компанії стикаються з новими етичними викликами, такими як конфіденційність даних та етика використання AI. Стратегічне планування має враховувати ці аспекти, щоб відповідати очікуванням суспільства та зберігати репутацію компанії на міжнародному ринку.

Умови глобалізації, цифровізації та інформатизації діяльності суб'єктів на мікро- та макрорівнях обумовлюють необхідність визначення нового підходу до вирішення стратегічних завдань розвитку підприємства. З використанням нових технологій, можна не лише підвищити ефективність стратегічного планування, а і оптимізувати цей процес в діяльності міжнародних компаній. (табл. 1).

Таблиця 1 – Технології оптимізації стратегічного планування міжнародних компаній
Table 1 – Technologies for optimising the strategic planning of international companies

Сфера використання технологій	Інструменти/функції	Характеристика
Збір та аналіз даних	Аналітика даних(Google Analytics, Tableau, Power BI)	Дозволяє збирати та аналізувати великі обсяги даних (Big Data) з різних джерел, таких як вебсайти, соціальні мережі, транзакції та дані датчиків. Це може допомогти компаніям краще розуміти своїх клієнтів, конкурентів, ринкові тренди та інші фактори, які впливають на їх бізнес.
	Штучний інтелект (IBM Watson, Microsoft Azure Cognitive Services, Google Cloud AI Platform)	Використовується для прогнозування майбутніх тенденцій, моделювання різних сценаріїв розвитку та оптимізації стратегічних рішень.
	Інструменти візуалізації даних (Google Data Studio, Tableau Public, Power BI)	Дозволяють перетворити складні дані на зрозумілі діаграми та графіки для ефективнішої комунікації та прийняття стратегічних рішень.
Підвищення гнучкості та адаптивності	Хмарні обчислення (Microsoft Azure, Amazon Web Services (AWS))	Забезпечують безпечний та гнучкий доступ до даних та інструментів для спільної роботи над стратегічним плануванням з різних локацій.
	Інструменти для онлайн-співпраці (Slack, Microsoft Teams, Zoom, Google Meet)	Сприяють спілкуванню та обміну ідеями між співробітниками, розташованими в різних країнах, під час розробки стратегії.
Покращення комунікації та співпраці	Платформи для онлайн-співпраці (Asana, Trello, Basecamp, Jira)	Дозволяють співробітникам з різних країн спілкуватися та спільно працювати над розробкою стратегії.
	Інструменти для управління проектами (monday.com, Asana, Trello, Basecamp)	Допомагають організувати роботу над стратегією, відстежувати прогрес та відповідальність.
Підвищення ефективності	Автоматизація рутинних завдань (Zapier, IFTTT, Integromat, Automate.io)	Дозволяє звільнити час та ресурси для більш важливих стратегічних завдань.
	Прогнозні аналітичні інструменти (SAS Analytics, SAP Analytics Cloud)	Допомагають прогнозувати майбутні ризики та можливості, що дозволяє приймати більш обґрунтовані стратегічні рішення.
	Інструменти для моделювання бізнесу (Simio, AnyLogic, Vensim, Stella)	Дозволяють моделювати різні сценарії розвитку та оцінювати потенційні наслідки стратегічних рішень.
Покращення прийняття рішень	Інструменти для підтримки прийняття рішень (HBR Decision Lens, Analytic Solver Platform)	Допомагають збирати та аналізувати інформацію з різних джерел, щоб приймати більш обґрунтовані стратегічні рішення.
	Штучний інтелект (IBM Watson Decision Platform, Microsoft Azure Cognitive Services, Google Cloud AI Platform)	Використовується для прогнозування майбутніх тенденцій, моделювання різних сценаріїв розвитку та оптимізації стратегічних рішень.

Джерело: (Панчук, Малькова, 2021; Посипайко; 2021.; Семененко, 2024.)

Цифрова трансформація – це «єдина найважливіша інвестиція зараз і в майбутнє, яку організації можуть зробити для підвищення вартості підприємства», – вважають 68% респондентів опитування «Вимірювання цінності від цифрової трансформації». (Deloitte, 2023)

Це ще раз доводить, що у сучасному світі цифрові технології стали необхідним елементом життя кожної людини та функціонування організацій. Оскільки конкуренція на ринку зростає, а цифрові інновації визнаються ключем до майбутнього, компаніям необхідно залучати кваліфікованих спеціалістів, що мають розуміння сучасних технологій, адже вони мають низку переваг, які значно полегшують та оптимізують роботу над стратегічним плануванням міжнародних компаній.

Цифрова трансформація має значний вплив на швидкість та ефективність процесів які здійснюються в компанії. Високий рівень доходності та ефективність можливі завдяки правильно розробленій стратегії, яка зорієнтована на інновації та використання новітніх технологій. Існує багато платформ обробки даних, які можуть допомогти міжнародним компаніям збирати, аналізувати та візуалізувати дані з різних джерел. До найпоширеніших відносяться: Google Analytics 360 та Adobe Analytics.

У таблиці 2 наведено приклад порівняння двох аналітичних систем: «Google Analytics 360» та «Adobe Analytics». З даного прикладу можна зробити висновок, що сучасні технології можуть значно прискорити та підвищити ефективність стратегічного планування, а отже цифрова трансформація, безсумнівно, є дієвою рушійною силою у розвитку міжнародного бізнесу (таблиця 2).

Таблиця 2 – Порівняльна таблиця аналітичних сервісів
Table 2 – Comparative table of analytical services

Критерій	Adobe Analytics	Google Analytics
Функціональність	Поглиблений аналіз та кастомізація, спеціалізовані інструменти для великих компаній.	Простий інтерфейс, широкий набір функцій для малих і середніх бізнесів.
Обробка даних	Висока гнучкість, підтримка великих обсягів даних, складні звіти.	Автоматизовані звіти та сегментація, легка інтеграція з іншими продуктами Google.
Інтеграція	Глибока інтеграція з іншими продуктами Adobe (Adobe Marketing Cloud, Adobe Experience Manager).	Легка інтеграція з іншими продуктами Google (Google Ads, Search Console, BigQuery).
Аналіз у реальному часі	Підтримує аналіз у реальному часі, з високою точністю та деталізацією.	Обмежені можливості аналізу в реальному часі.
Підтримка користувачів	Преміум-підтримка, спеціальні акаунт-менеджери для корпоративних клієнтів.	Базова підтримка, великий обсяг онлайн-ресурсів і ком'юніті.
Кастомізація	Високий рівень кастомізації, можливість налаштування індивідуальних метрик і дашбордів.	Обмежена кастомізація порівняно з Adobe Analytics, але достатня для більшості бізнес-завдань.

Джерело: (Google Analytics, Adobe Analytics, 2024)

Порівнюючи ці дві платформи, можна сказати, що обидві з них можуть допомогти міжнародним компаніям в оптимізації таких аспектів діяльності :

- Розуміння аудиторії: Обидва інструменти надають детальні демографічні дані та інформацію про поведінку користувачів, що дозволяє міжнародним компаніям краще розуміти свою аудиторію в різних регіонах.
- Локалізація стратегії: Можливість аналізувати поведінку користувачів з різних країн допомагає компаніям адаптувати маркетингові стратегії відповідно до локальних особливостей.
- Оптимізація контенту: Аналіз ефективності контенту дозволяє визначити, який контент найкраще працює на різних ринках, та відповідно адаптувати його.
- Покращення користувацького досвіду: Виявлення проблем у користувацькому досвіді (UX) на різних платформах і пристроях дозволяє компаніям покращувати свої продукти та сервіси.
- Оцінка ефективності рекламних кампаній: Інтеграція з рекламними платформами дозволяє аналізувати ROI та ефективність маркетингових кампаній на різних ринках.

- Прогнозування трендів: Потужні аналітичні можливості дозволяють прогнозувати ринкові тренди та вчасно реагувати на зміни.
- Підвищення безпеки даних: Обидві платформи забезпечують високий рівень безпеки даних, що є критичним для міжнародних компаній, що працюють у різних юрисдикціях з різними регуляторними вимогами.

Висновки. Цифрова трансформація є важливим фактором, що впливає на стратегії міжнародних компаній. В епоху швидких технологічних змін, компанії повинні адаптувати свої стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними та ефективно використовувати нові можливості. Особливості та виклики стратегічного планування міжнародних компаній у контексті цифрової трансформації світу:

1. Глобалізація та технологічний прогрес. Цифровізація сприяє зниженню бар'єрів для виходу на міжнародні ринки. Інтернет і сучасні комунікаційні технології дозволяють компаніям швидше та ефективніше розширювати свій вплив у різних країнах. Це створює нові можливості, але водночас вимагає від компаній розробки нових стратегій, спрямованих на подолання культурних, економічних та регуляторних відмінностей між ринками.

2. Аналіз великих даних та штучний інтелект. Використання великих даних (Big Data) та штучного інтелекту (AI) є ключовими аспектами цифрової трансформації. Міжнародні компанії мають доступ до величезних обсягів інформації, яку вони можуть аналізувати для отримання цінних інсайтів. Це дозволяє більш точно прогнозувати тенденції ринку, розуміти потреби споживачів та оптимізувати ланцюги постачання. Застосування AI також допомагає автоматизувати багато бізнес-процесів, підвищуючи ефективність та знижуючи витрати.

3. Гнучкість та адаптивність. Цифрова трансформація вимагає від компаній бути гнучкими та готовими до швидких змін. Технологічні нововведення можуть змінювати ринкові умови за лічені місяці, тому міжнародні компанії повинні мати можливість швидко адаптувати свої стратегії. Це включає швидке впровадження нових технологій, зміну бізнес-моделей та оновлення продуктів та послуг відповідно до нових вимог ринку.

4. Інновації та конкурентоспроможність. У цифрову еру інновації стають головним рушієм конкурентоспроможності. Міжнародні компанії змушені інвестувати в дослідження та розробки (R&D), щоб залишатися попереду своїх конкурентів. Впровадження новітніх технологій та створення інноваційних продуктів та послуг дозволяє компаніям захоплювати нові ринки та утримувати свою частку на існуючих.

5. Кібербезпека. Зі зростанням цифровізації зростає і загроза кіберзлочинності. Міжнародні компанії повинні приділяти особливу увагу кібербезпеці, щоб захистити свої дані, інфраструктуру та репутацію. Це вимагає розробки комплексних стратегій кібербезпеки, постійного моніторингу загроз та впровадження новітніх засобів захисту.

6. Етика та соціальна відповідальність. Цифрова трансформація також піднімає питання етики та соціальної відповідальності. Міжнародні компанії повинні враховувати етичні аспекти використання даних, штучного інтелекту та інших технологій. Прозорість, відповідальне управління даними та дотримання прав людини стають важливими елементами стратегічного планування.

Успіх в епоху цифрової трансформації залежить від здатності міжнародних компаній балансувати між глобальними та локальними потребами, ефективно використовувати партнерства та співпрацю, а також постійно інвестувати в технологічні інновації. Лише ті компанії, які зможуть гнучко адаптуватися до нових умов і активно використовувати цифрові можливості, зможуть залишатися лідерами на глобальному ринку.

Результати дослідження підкреслюють важливість і доцільність цифрової трансформації для міжнародних компаній у контексті використання сучасних технологій автоматизації стратегічного планування. Таким чином, вивчення та впровадження цифрових технологій стає необхідною складовою частиною успішної стратегічної діяльності підприємств у сучасному світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bozintan A.G., Crişan E.L., Pinco O. The impact of digital transformation on strategic management. *The annals of the university of oradea. Economic sciences*. 2023. Vol. 3. no. 1. P. 647–657. DOI: [https://doi.org/10.47535/1991auoes32\(1\)049](https://doi.org/10.47535/1991auoes32(1)049)

2. Melović B. et al. The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*. 2020. Vol. 63. P. 101425. URL: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
3. Pereira C.S. et al. The Importance of Digital Transformation in International Business. *Sustainability*. 2022. Vol. 14. no. 2. P. 834. URL: <https://doi.org/10.3390/su14020834>
4. Mishra D.B. et al. Better together: Right blend of business strategy and digital transformation strategies. *International Journal of Production Economics*. 2023. P. 109040. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2023.109040>
5. Данілова Е.І., Пасічна А.П. Стратегічне планування як основа здійснення зовнішньоекономічної діяльності українськими підприємствами в умовах євроінтеграції. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. № 4(1). С. 15–19.
6. Гарнага В.В. Стратегічне планування як основа сталого розвитку. *Ефективна економіка - наукове фахове видання з питань економіки*. 2016. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5283>.
7. Дячков Д.В. Інформаційний підхід до стратегічного менеджменту підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. No 1. С. 68–73. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-45-11>
8. Gong C., Ribiere V. Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*. 2020. P. 102217. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102217> .
9. Herbert L. *Digital Transformation: Build Your Organization's Future for the Innovation Age*. Bloomsbury Publishing Plc, 2017.
10. Галазюк Н.М. Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності як основа управління підприємством на сучасному етапі розвитку. *Економічні науки*. 2013. Вип. 10(2). С.56-62.
11. Кутідзе Л.С. Роль стратегічного маркетингу у формуванні експортного потенціалу регіону. *Вісник НУ «Львівська політехніка»: Логістика*. 2003. № 472. С. 103–108.
12. Яценко О.В., Яценко В.М., Яценко В.О. Особливості стратегічного менеджменту підприємства в парадигмі сучасних викликів. *Modern Economics*. 2020. № 23(2020). С. 239–245. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V23\(2020\)-38](https://doi.org/10.31521/modecon.V23(2020)-38).
13. Сазонова С., Новиков Д. Контролінг стратегічного управління на підприємствах в умовах цифрової економіки. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. № 15. С. 201–208. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.24>
14. Панчук А., Малькова К. Теоретичні основи формування цифрової стратегії підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-76>
15. Посипайко Є.А. Вплив цифровізації на стратегічне управління підприємством // Політ. Сучасні проблеми науки: тези доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Національний авіаційний університет. Київ, 2021. С.26-27
16. Семененко Ю. Роль цифрової трансформації в стратегічному управлінні компанією. *Наукові перспективи*. 2024. № 3(45). DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-3\(45\)-718-731](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-3(45)-718-731)
17. Mapping Digital Transformation Value. *Deloitte*: website. 2023. URL: <https://www.deloitte.com/global/en/issues/digital/measurements-that-matter-for-calculation-digital-transformation-roi.html>.
18. Al-Filali I.Y. et al. Modification of Strategic Planning Tools for Planning Financial Sustainability in Higher Education Institutions. *Journal of Engineering Research*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jer.2023.11.015>
19. Analytics Tools & Solutions for Your Business – Google Analytics. Google Marketing Platform. 2024. URL: <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>.
20. Adobe Analytics. Adobe Experience Cloud. 2024. URL: <https://business.adobe.com/ua/products/analytics/adobe-analytics.html>.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2024

Стаття рекомендована до друку 30.05.2024

REFERENCES

1. Bozintan, A.G., Crişan, E.L., Pinco, O. (2023). The impact of digital transformation on strategic management. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 3 (1), 647-657. doi: [https://doi.org/10.47535/1991auoes32\(1\)049](https://doi.org/10.47535/1991auoes32(1)049)
2. Melović, B. et al. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63 (101425). doi: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
3. Pereira, C.S. et al. (2022). The Importance of Digital Transformation in International Business. *Sustainability*, 14(2), 834. doi: <https://doi.org/10.3390/su14020834>
4. Mishra, D.B. et al. (2023). Better together: Right blend of business strategy and digital transformation strategies. *International Journal of Production Economics*, 109040. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2023.109040>
5. Danilova, E.I., Pasichna, A.P. (2016). Strategic planning as the basis for implementing foreign economic activity by Ukrainian enterprises in the conditions of European integration. *Economics. Finance. Law*, 4(1), 15-19. (in Ukrainian)
6. Harnaha, V.V. (2016). Strategic planning as the basis for sustainable development. *Journal "Efficient Economy" – a scientific professional publication on economics*, 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5283> (in Ukrainian)
7. Dyachkov, D.V. (2020). Information approach to strategic enterprise management in dynamic business environments. *Scientific Bulletin of the International Humanities University*, 1, 68-73. doi: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-45-11> (in Ukrainian)
8. Gong, C., Ribiere, V. (2020). Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*. P. 102217. doi: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102217>.
9. Herbert, L. (2017). *Digital Transformation: Build Your Organization's Future for the Innovation Age*. Bloomsbury Publishing Plc.
10. Halazyuk, N.M. (2013). Strategic planning of foreign economic activity as the basis for enterprise management at the present stage of development. *Economic sciences*, 10(2), 56-62. (in Ukrainian)
11. Kutidze, L.S. (2003). The role of strategic marketing in forming the export potential of the region. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: Logistics*, 472, 103-108. (in Ukrainian)
12. Yatsenko, O.V., Yatsenko, V.M., Yatsenko, V.O. (2020). Features of enterprise strategic management in the paradigm of modern challenges. *Modern Economics*, 23, 239-245. doi: [https://doi.org/10.31521/modecon.V23\(2020\)-38](https://doi.org/10.31521/modecon.V23(2020)-38) (in Ukrainian)
13. Sazonova, S., Novikov, D. (2023). Controlling strategic management in enterprises in the conditions of the digital economy. *Tavria Scientific Bulletin. Series: Economics*, 15, 201-208. doi: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.24> (in Ukrainian)
14. Panchuk, A., Malkova, K. (2021). Theoretical foundations of digital strategy formation for enterprises. *Economics and Society*, 34. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-76> (in Ukrainian)
15. Posipaiko, Ye.A. (2021). The impact of digitization on enterprise strategic management // *Politics. Current issues of science: abstracts of the XXI International scientific-practical conference of higher education and young scientists*. National Aviation University. Kyiv, 26-27. (in Ukrainian)
16. Semenenko, Yu. (2024). The role of digital transformation in company strategic management. *Scientific perspectives*, 3(45). doi: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-3\(45\)-718-731](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-3(45)-718-731) (in Ukrainian)
17. Deloitte. (2023). Mapping Digital Transformation Value. Retrieved from <https://www.deloitte.com/global/>
18. Al-Filali, I.Y. et al. (2023). Modification of Strategic Planning Tools for Planning Financial Sustainability in Higher Education Institutions. *Journal of Engineering Research*. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jer.2023.11.015>
19. Analytics Tools & Solutions for Your Business – Google Analytics. (2024). Google Marketing Platform. Retrieved from <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>
20. Adobe Analytics. (2024). Adobe Experience Cloud. Retrieved from <https://business.adobe.com/ua/products/analytics/adobe-analytics.html>

The article was received by the editors 05.04.2024
The article is recommended for printing 30.05.2024

O. ZAIKA*, Senior Lecturer of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6000-9870>, e-mail: o.v.zaika@karazin.ua

I. CHUBKA*, Student

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-9993-7244>, e-mail: chubka2021.9512855@student.karazin.ua

*V.N. Karazin Kharkiv National University, 4 Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

THE ROLE OF TECHNOLOGY IN THE STRATEGIC PLANNING OF INTERNATIONAL COMPANIES: DIGITAL TRANSFORMATION AND EFFICIENCY

Strategic planning in the modern world is becoming an integral and important management tool for international companies. This article examines the main aspects of strategic planning, defining its essence, features, and challenges faced by international companies in strategic planning. The study focuses on the strategic planning of international companies using modern technologies and analyses the impact of digital transformation on their activities. The main goal was to identify prospects and challenges in this area. The article reflects modern approaches to strategic planning, emphasizing the role of technology, in particular digital transformation, in the success of international companies in the world of challenges in the form of globalization and digitalization. The article provides an analysis of the concept of digital transformation, emphasizes its prospects and reveals its key role in the strategic planning of international companies. The study examines various technologies used in strategic planning and compares their functional and price characteristics. Highlighting the significance and impact of digital innovations on strategic planning, the article also offers an in-depth consideration of the possibilities of using modern technologies in decision-making and strategy development, in particular in the form of introducing analytical systems, to improve the efficiency of strategic and operational activities of international companies. The issue of digital transformation is explored, which allows for a more complete picture of the holistic impact of technology on companies' strategic decisions. Based on research of comparing analytical systems, the author concludes that effective digital transformation can significantly improve the strategic planning of international companies, providing them with competitive advantages and increasing their efficiency in the global business environment. Thus, consideration of digital transformation is becoming an integral part of successful strategic planning of international companies, contributing to their sustainable development and competitiveness.

Keywords: **strategic planning, international companies, digital transformation, digitalization.**

JEL Classification: F29, M10, L86, O33.

Як цитувати: Заїка О.В., & Чубка І.А. (2024). Роль технологій у стратегічному плануванні міжнародних компаній: цифрова трансформація та ефективність. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна»*, (106), 47-55. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2024-106-05>

In cites: Zaika O., & Chubka I. (2024). The role of technology in the strategic planning of international companies: digital transformation and efficiency. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University Economic Series*, (106), 47-55. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2024-106-05> (in Ukrainian)
