

УДК 338.2

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ибрагимова З.Ф.,

к.э.н., доцент, научный руководитель

ФГБОУ ВО «Уфимский Университет Науки и Технологий»,

г. Уфа, Россия

Киньягулова К.А.

студент

ФГБОУ ВО «Уфимский Университет Науки и Технологий»,

г. Уфа, Россия

Аннотация.

В данной статье рассматриваются особенности разработки стратегии развития предприятия в контексте цифровизации. Актуальность исследования обусловлена тем, что в современном мире цифровизация становится неотъемлемой частью бизнеса, затрагивая все аспекты его деятельности. Технологические инновации (большие данные, искусственный интеллект, облачные вычисления и Интернет вещей), в существенной степени меняют способы управления, производства и взаимодействия с клиентами. Цель статьи: изучить особенности разработки стратегии развития предприятия в условиях цифровизации. Научная новизна работы состоит в выявлении основных причин актуальности разработки рассматриваемой стратегии, выявлении основных структурных компонентов стратегии развития предприятия в условиях цифровизации. Вклад автора статьи в развитие поставленной проблемы заключается в создании теоретической базы для дальнейших исследований в области анализируемой стратегии. Результаты исследования могут быть использованы как для разработки стратегий относительно отдельных

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

организаций, так и для формирования более широких подходов к управлению развитием предприятия в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития предприятия, цифровизация, реализация, разработка, решения, большие данные, автоматизация.

CRM SYSTEMS AND THEIR USE IN MODERN REALITIES OF ECONOMIC DEVELOPMENT

Ibragimova Z.F.,

PhD in Economics, Associate Professor,

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Kinyagulova K.A.

Student,

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Abstract.

This article discusses the features of developing an enterprise development strategy in the context of digitalization. The relevance of the study is due to the fact that in the modern world, digitalization is becoming an integral part of business, affecting all aspects of its activities. Technological innovations (big data, artificial intelligence, cloud computing and the Internet of things) significantly change the ways of managing, producing and interacting with customers. The purpose of the article: to study the features of developing an enterprise development strategy in the context of digitalization. The scientific novelty of the work lies in identifying the main reasons for the relevance of developing the strategy in question, identifying the main structural components of the enterprise development strategy in the context of digitalization. The author's contribution to the development of the problem posed is

to create a theoretical basis for further research in the field of the analyzed strategy. The results of the study can be used both to develop strategies for individual organizations and to form broader approaches to managing enterprise development in the digital economy.

Keywords: strategy, enterprise development strategy, digitalization, implementation, development, solutions, big data, automation.

В современном мире цифровизация становится неотъемлемой частью бизнеса, влияя на все аспекты его функционирования. Технологические инновации, такие как большие данные, искусственный интеллект, облачные вычисления и интернет вещей, кардинально меняют подходы к управлению, производству и взаимодействию с клиентами.

Основные причины актуальности разработки стратегии развития предприятия в условиях цифровизации наглядно представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные причины актуальности разработки стратегии развития предприятия в условиях цифровизации*

Наименование причины	Характеристика причины
Ускорение темпов изменений	Цифровизация происходит с высокой скоростью, и компании должны оперативно реагировать на новые вызовы и возможности.. Разработка стратегии развития, учитывающей цифровые тренды, позволяет предприятиям оставаться конкурентоспособными.
Изменение потребительских предпочтений.	Современные потребители ожидают от компаний быстрого и качественного обслуживания, персонализированного подхода и удобных цифровых решений. Стратегия развития предприятия должна включать в себя элементы, которые позволяют удовлетворять эти ожидания..
Оптимизация бизнес-процессов.	Внедрение цифровых технологий позволяет значительно повысить эффективность работы предприятий, сократить затраты и улучшить качество продукции и услуг. Стратегия должна предусматривать интеграцию цифровых решений в существующие процессы..

*Разработано автором по данным [2, с. 52], [5]

Понятие «стратегия» стало одним из терминов менеджмента в 1950–х годах. За последнее столетие из-за непредсказуемости окружающей среды вопрос о том, как реагировать на неожиданные изменения в окружающей среде, стал особенно важным для руководителей предприятий.

Слово «стратегия» в языке менеджмента происходит из военной

лексики, означающей комплекс мер по планированию национальной военной политики и ее реализации на практике с использованием всех доступных средств.

По мере того, как бизнес–среда становится все более сложной, понятие «стратегия» существенно изменилось. Например, Портер считает, что «стратегия развития компании – это способ, которым компания реагирует на внешние возможности и угрозы, а также на внутренние сильные и слабые стороны» [3, с. 96].

Стратегия развития предприятия должна основываться на выявлении определённых конкурентных преимуществ, позволяющих занять устойчивое положение в определенном сегменте рынка, а также обеспечить достаточно прочное финансовое положение.

По мнению И. Ансоффа, стратегия развития предприятия «представляет собой набор правил принятия решений, которым организация следует в своей деятельности» [1, с. 227].

Н.К. Смирнова и А.В. Фомина полагают, что стратегия развития предприятия представляет собой модель действий, формулируемую организацией для достижения ее корпоративных целей, а ее содержанием является набор конкретных «правил принятия решений, используемых для определения основных направлений деятельности» [4, с. 13].

На наш взгляд, стратегия развития предприятия представляет собой важнейший набор решений, принимаемых для обеспечения приемлемого уровня безопасности деятельности предприятия.

По мнению Ю.В. Иода, А.Д. Быковой, В.Д. Жуковой «цифровизация представляет собой глубокую трансформацию всех сфер жизни общества, вызванную быстрым развитием и повсеместным внедрением информационно–коммуникационных технологий (ИКТ)» [2, с. 63].

На наш взгляд, цифровизация представляет собой процесс внедрения цифровых технологий в различные аспекты бизнеса, который кардинально

меняет подходы к управлению, производству и взаимодействию с клиентами.

Разработка стратегии развития предприятия в условиях цифровизации становится важнейшим фактором его успешного функционирования и конкурентоспособности на рынке.

Н.Р. Сторожева, И.И. Давлетов справедливо отмечают, что «стратегия развития предприятия в условиях цифровизации обычно реализуется в формате инновационной стратегии (представляют собой комплекс организационных, инновационных и управленческих решений, направленных на достижение целей, а также решение проблем предприятия)» [5].

На начальном этапе разработки стратегии развития предприятия в условиях цифровизации необходимо провести всесторонний анализ текущего состояния предприятия: SWOT–анализ (определение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, связанных с цифровизацией), анализ рынка (исследование конкурентной среды и тенденций в отрасли), оценку текущих процессов (выявление узких мест и возможностей предприятия для улучшения).

На основе проведенного анализа следует определить основные цели и задачи цифровизации: увеличение эффективности (сокращение времени выполнения процессов, снижение затрат), повышение качества обслуживания клиентов (улучшение пользовательского опыта, внедрение омниканальных решений), разработка новых продуктов и услуг использование данных для создания инновационных предложений).

Следует отметить, что при разработке стратегии развития предприятия в условиях цифровизации, необходимо учитывать, что рассматриваемая стратегия должна включать следующие основные компоненты: технологическую стратегию (выбор технологий, которые будут внедрены (к примеру, ERP–системы, аналитические платформы, CRM–системы,)), планы по интеграции новых технологий с существующими системами), организационную стратегию (в частности, можно изменить структуру Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

управления для более эффективного внедрения цифровых решений и сформировать команду, которая будет ответственна за цифровизацию), кадровую стратегию (обучение сотрудников новым навыкам и технологиям, привлечение новых специалистов с опытом в области цифровых технологий), маркетинговую стратегию (использование цифровых каналов для продвижения продуктов и услуг, персонализацию) маркетинговых кампаний на основе анализа данных), финансовую стратегию (оценку инвестиций в цифровизацию и их ожидаемую отдачу, поиск источников финансирования (в частности, внутренние ресурсы, гранты, кредиты и т.д.)).

При разработке стратегии развития предприятия в условиях цифровизации необходимо также учитывать особенности реализации стратегии, которая требует четкого плана действий: разбивку на этапы с четкими сроками и ответственными лицами, регулярную проверку выполнения плана и корректировку стратегии при необходимости, работу с сопротивлением сотрудников и обеспечение их вовлеченности в процесс изменений. После реализации стратегии развития предприятия в условиях цифровизации необходимо провести оценку ее эффективности.

Таким образом, в условиях глобальной конкуренции предприятия, которые не адаптируют свои стратегии развития к новым цифровым реалиям, рискуют потерять свои позиции на рынке. Разработка стратегии развития предприятия в условиях цифровизации является сложным процессом, который требует глубокого понимания текущих трендов и технологий. Успешная реализация такой стратегии позволяет не только повысить эффективность бизнеса, но и создать новые возможности для роста и развития. Важно помнить, что цифровизация – это не конечная цель, а непрерывный процесс, требующий постоянного внимания и адаптации к меняющимся условиям рынка.

Библиографический список:

1. Ансофф Р. Планирование будущего корпорации. – М.: Проспект, 2023. – 327 с.
2. Иода Ю.В., Быкова А.Д., Жукова В.Д. Стратегии роста компании в условиях цифровизации // ЭФО. – 2024. – № 2. – С. 52–64.
3. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2021. – 454 с.
4. Смирнова Н.К., Фомина А.В. Реализация стратегий компаний: от простого к сложному. – М.: Бератор–Паблишинг, 2022. – 224 с.
5. Сторожева Н. Р., Давлетов И. И. Особенности разработки и реализации стратегии развития организаций в условиях цифровизации производства [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razrabotki-i-realizatsii-strategii-razvitiya-organizatsiy-v-usloviyah-tsifrovizatsii-proizvodstva> (дата обращения: 21.03.2025).

© К.А. Киньягулова, З.Ф. Ибрагимова, 2025

Оригинальность 75%