

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Самойленко Д.А., магистрант 1 курса Института экономики
предприятий

Научный руководитель – Заступов А.В., кандидат экономических
наук, доцент

ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический
университет»

Ключевые слова: *искусственный интеллект, технологический прогресс, операционная эффективность, большие данные*

Искусственный интеллект и большие данные играют ключевую роль в современном бизнес-контексте, обеспечивая компаниям необходимые инструменты для анализа и принятия решений. Введение этих технологий в бизнес-процессы позволяет организациям эффективно управлять огромными объемами информации, выявлять закономерности и тенденции, которые ранее оставались незамеченными.

Введение. Большие данные представляют собой массивы информации, которые требуют новаторских подходов к обработке и анализу для извлечения ценных знаний, способствующих принятию обоснованных управленческих решений. Эти технологии способствуют разработке новых продуктов и услуг, оптимизации процессов, снижению затрат и улучшению качества обслуживания клиентов [1].

Цель работы заключается в том, что интеграция искусственного интеллекта и больших данных в стратегическое управление компанией открывает новые горизонты для развития бизнеса, позволяя не только эффективно анализировать текущее состояние дел, но и прогнозировать будущие тенденции, адаптируясь к ним заранее.

Результаты исследований. Важным аспектом является разработка моделей бизнес-процессов, которые отражают процессы формирования, преобразования и интерпретации данных [2]. Эти

модели помогают определить основные направления анализа информационных потоков, сгруппированных в кластеры, и становятся основой для стратегического управления знаниями. Такой подход позволяет компаниям не только адаптироваться к изменениям внешней среды, но и оптимизировать внутренние процессы, повышая тем самым общую эффективность и конкурентоспособность.

В эпоху цифровизации и технологических инноваций, искусственный интеллект (ИИ) и анализ больших данных становятся краеугольными камнями в стратегическом управлении компаниями, особенно в аспектах, касающихся понимания потребителей и персонализации. Эти технологии предоставляют уникальные возможности для глубокого анализа предпочтений и поведения клиентов, что позволяет предприятиям не только адаптировать свои продукты и услуги к индивидуальным запросам, но и формировать предложения, максимально соответствующие ожиданиям целевой аудитории.

Использование больших данных и ИИ позволяет компаниям собирать, анализировать и интерпретировать информацию о клиентах с невиданной ранее точностью и глубиной [3]. Персонализация предложений на основе анализа больших данных и применения ИИ становится мощным инструментом в руках маркетологов. Компании могут не только предлагать клиентам товары и услуги, которые наиболее вероятно их заинтересуют, но и адаптировать маркетинговые сообщения, делая их максимально релевантными и привлекательными для каждого конкретного пользователя [4]. Это ведет к значительному увеличению конверсии, повышению лояльности клиентов и, как следствие, увеличению общей прибыльности бизнеса.

Применение ИИ и анализа больших данных также способствует оптимизации внутренних процессов компании. Аналитика в реальном времени позволяет оперативно реагировать на изменения в потребительском спросе, оптимизировать запасы и логистику, а также повышать эффективность производственных процессов. Компании, которые используют данные для принятия решений, могут значительно снизить издержки и повысить операционную эффективность [5].

Таким образом, интеграция искусственного интеллекта и больших данных в стратегии управления компанией открывает новые

возможности для повышения понимания потребителей и персонализации предложений. Это не только способствует укреплению связи с клиентами и повышению их удовлетворенности, но и является ключом к успешному развитию и росту в условиях постоянно меняющегося рынка.

В современном мире, где динамика рыночных условий и технологический прогресс задают высокие стандарты конкурентоспособности, операционная эффективность и инновации становятся ключевыми факторами успеха для компаний. Искусственный интеллект (ИИ) и большие данные играют в этом процессе центральную роль, позволяя организациям не только оптимизировать существующие процессы, но и разрабатывать новаторские продукты и услуги, адаптированные под нужды современного потребителя [6]. ИИ и большие данные предоставляют компаниям возможность автоматизировать множество операционных процессов, снижая тем самым вероятность человеческих ошибок и повышая общую производительность. Автоматизация рутинных задач освобождает ресурсы, которые могут быть перенаправлены на более важные стратегические задачи, требующие творческого подхода и инновационного мышления. Это, в свою очередь, способствует ускорению процессов принятия решений и повышению гибкости компании в условиях постоянно меняющегося рынка.

Заключение. Применение ИИ и больших данных в стратегическом управлении компанией открывает новые горизонты для инноваций и операционной эффективности. Однако вместе с возможностями возникают и значительные вызовы, включая этические соображения, которые требуют тщательного анализа и управления.

Библиографический список:

1. Никишова, М. И. Перспективы применения технологий искусственного интеллекта в корпоративном управлении в условиях перехода к цифровой экономике / М.И. Никишова // Управленческие науки в современном мире. – 2018. – Т. 1. – №. 1. – С. 233-237.
2. Заступов, А. В. Механизмы экономического стимулирования в обеспечении процесса нефтересурсосбережения / А. В. Заступов //

Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2008. – № 4(42). – С. 39-44. – EDN JUZKRN.

3. Заступов, А. В. Отраслевые особенности налогообложения в современной системе недропользования / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2014. – № 2(112). – С. 29-33. – EDN SJABHT.

4. Устинова, О.Е. Искусственный интеллект в менеджменте компаний / О.Е. Устинова // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 5. – С. 885-904. – doi: 10.18334/ce.14.5.102145

5. Заступов, А. В. Стратегические конкурентные преимущества в управлении активами нефтяных компаний / А. В. Заступов // Нефть. Газ. Новации. – 2011. – № 3(146). – С. 80-82. – EDN NUDZML.

6. Тукумбетова, Д. Д. Опыт и перспективы применения систем искусственного интеллекта в решении основных бизнес-задач компании / Д.Д. Тукумбетова, М.В. Виниченко // Новое поколение. – 2019. – №. 20. – С. 84-91.

DIGITAL IN STRATEGIC ENTERPRISE MANAGEMENT

Samoilenko D.A.

Scientific supervisor – Zastupov A.V.

Samara State University of Economics

Keywords: *artificial intelligence, technological progress, operational efficiency, big data*

Artificial intelligence and big data play a key role in today's business context, providing companies with the necessary tools for analysis and decision-making. The introduction of these technologies into business processes allows organizations to effectively manage huge amounts of information and identify patterns and trends that previously went unnoticed.