УДК 338.24.021.8

ФАКТОРЫ АДАПТАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Альбиков Ю.В. – аспирант,
Ложкина С.Л. – д.э.н., профессор.
Московский международный университет
Россия, г. Москва

В современных экономических условиях феномен цифровизации трансформирует традиционные парадигмы ведения бизнеса. Процессы, ранее считавшиеся стабильными и предсказуемыми, подвергаются фундаментальному пересмотру под влиянием распространения цифровых технологий.

Формированию комфортных условий для цифровой трансформации современного российского общества, экономики и предприятий существенно содействуют целенаправленные шаги государственных органов власти, призванные ускорить и модернизировать соответствующие процессы. В частности, реализация Президентского Указа от 21 июля 2020 года № 474 определяет национальные цели и стратегические задачи развития страны вплоть до 2030 годов, предполагает конкретные мероприятия по интенсификации внедрения цифровых технологий в российскую экономику и социальную сферу. Одним из важнейших шагов в данном направлении стала инициатива Правительства Российской Федерации по разработке и принятию национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», направленной на достижение обозначенных целей и формирование прочной основы для устойчивого цифрового будущего страны.

Адаптация деятельности предприятий к этим новым реалиям становится не вопросом стратегического выбора, а объективной необходимостью для обеспечения конкурентоспособности и долгосрочного выживания. Успешность этой адаптации определяется комплексом взаимосвязанных факторов, охватывающих технологическую, кадровую, организационную и стратегическую сферы.

Центральным элементом адаптации является технологический фактор. Внедрение цифровых платформ, систем анализа больших данных, облачных вычислений, интернета вещей и технологий искусственного интеллекта создает новую технологическую инфраструктуру бизнеса [1]. Этот процесс выходит за рамки простой автоматизации рутинных операций. Речь идет о создании целостной цифровой экосистемы, где данные циркулируют свободно, обеспечивая непрерывность и прозрачность бизнес-процессов.

Например, использование промышленного интернета вещей позволяет перейти от планового профилактического обслуживания оборудования к предиктивному, основанному на реальных данных с датчиков, что минимизирует простои и снижает операционные затраты. Аналитика больших данных дает

возможность сегментировать потребительскую аудиторию с высочайшей точностью и персонализировать маркетинговые коммуникации, повышая эффективность клиентского взаимодействия. Однако сам по себе выбор технологий недостаточен. Критическое значение имеет их интеграция в существующие информационные системы, обеспечение кибербезопасности и масштабируемости цифровых решений [2].

Технологическая трансформация невозможна без соответствующего человеческого капитала, что выдвигает кадровый фактор на первый план. За прошедший трехдесятилетний период цифровые технологии коренным образом трансформировали характер трудовых взаимоотношений. Процесс цифровизации оказал значительное влияние на рабочие процессы, изменив их содержание, интенсивность и сроки исполнения. Такие традиционно важные функции управления организацией, как планирование, мониторинг и коммуникативные потоки, подверглись существенным изменениям под воздействием новых технологий [3].

Стратегический фактор интегрирует все остальные аспекты адаптации. Цифровизация не должна сводиться к разрозненным инициативам по внедрению отдельных технологий. Ее основой является четко сформулированная цифровая стратегия, интегрированная в общую бизнес-стратегию компании.

Эта стратегия определяет целевое состояние бизнес-модели, расставляет приоритеты в инвестициях и задает вектор организационных изменений. Современные предприятия активно экспериментируют с трансформацией своих бизнес-моделей.

Линейные модели, основанные на продаже физического продукта, уступают место сервисно-ориентированным и платформенным моделям [4]. Производитель промышленного оборудования может перейти от разовых продаж к модели «оборудование как услуга», используя данные телеметрии для прогнозирования потребностей в обслуживании и оптимизации работы клиента.

Платформенные бизнес-модели, как демонстрируют крупнейшие цифровые компании, создают новую ценность за счет соединения различных групп пользователей и формирования сетевых эффектов. Стратегическое видение также включает в себя управление инновациями, создание условий для внутрикорпоративного предпринимательства и готовность к постоянному пересмотру устоявшихся практик.

Внешние факторы, такие как поведение потребителей и действия конкурентов, выступают в роли катализаторов адаптации. Цифровизация радикально изменила потребительские ожидания [5]. Клиенты привыкли к персонализированному сервису, мгновенной обратной связи и возможности взаимодействовать с компанией через множество цифровых каналов 24/7. Предприятия, не способные соответствовать этим стандартам, быстро теряют рыночные позиции. Конкурентная среда также претерпела изменения. Угрозы теперь исходят не только от традиционных игроков, но и от гибких цифровых стартапов, которые, не обремененные наследием устаревших процессов, могут предлагать рынку более удобные и дешевые решения. Это заставляет компании быть более

чуткими к рыночным тенденциям и активно инвестировать в цифровые R&D.

Феномен цифровизации кардинально меняет привычную парадигму ведения бизнеса, превращаясь из предмета стратегического выбора в объективную необходимость. Успех адаптации зависит от множества взаимозависимых факторов: технологического оснащения, наличия компетентных кадров, способности перестроить организационную структуру и разработать адекватную цифровую стратегию.

Внешняя среда усиливает необходимость быстрых изменений путем изменения ожиданий потребителей и появления новых конкурентов. Тем не менее, внедрение цифровых технологий сталкивается с проблемами стоимости, вопросов безопасности и юридического регулирования. Таким образом, решение проблемы адаптации к эпохе цифровизации должно включать комплексное сочетание технического, кадрового, организационного и стратегического аспектов, подкрепленное политическим и экономическим согласованием усилий.

Список литературы:

1. Ячменева, В. М. Управление адаптивностью в контексте деятельности предприятий в условиях цифровизации/ В.М. Ячменева, З.О. Османова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2021. №4 (57).

2. Чистякова, О. А. Оценка цифровизации деятельности как внутренний фактор устойчивости субъектов хозяйствования потребительской кооперации/ О.А. Чистякова // ЭПП. 2025. №7.

3. Ложкина, С. Л. Интеграционный потенциал цифровых решений для учетно-хозяйственной практики компаний в условиях платформенной экономики / С. Л. Ложкина, А. А. Новиков, С. Ю. Сивакова // Вестник Академии знаний. – 2024. – № 2(61). – С. 277-281.

4. Гедыгушев, Р. А. Современные производства на пути к цифровизации и автоматизации / Р. А. Гедыгушев // Экономика и безопасность. – 2024. – № 8. – С. 56-61.

5. Ложкина, С. Л. Влияние цифровой трансформации на динамику социально-экономических показателей предприятий промышленного сектора / С. Л. Ложкина, Е. В. Новикова, И. Е. Ноздрева // Вестник Академии знаний. – 2025. – № 3(68). – С. 270-274.