

УДК 658.01

DOI:10.24412/2782-4845-2024-10-52-64

СТРАТЕГИИ РОСТА КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ю.В. Иода, Липецкий филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Липецк, Россия

А.Д. Быкова, Липецкий филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Липецк, Россия

В.Д. Жукова, Липецкий филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Липецк, Россия

Аннотация. Сегодня в условиях быстро развивающейся цифровой экономики и появления новых цифровых продуктов компании вынуждены постоянно видоизменять модель своего функционирования, подстраиваясь под новые реалии, чтобы поддерживать конкурентоспособность на рынке. В этой связи, в статье рассмотрены факторы, влияющие на цифровизацию бизнес-процессов и сама цифровая трансформация, как фактор, влияющий на результативность построения стратегии роста. Также в статье приведены данные, отражающие эффективность использования цифровых инструментов в процессе управления компанией.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, цифровая стратегия развития, цифровая трансформация, компания, стратегия роста

Для цитирования: Иода Ю.В., Быкова А.Д., Жукова В.Д. Стратегии роста компании в условиях цифровизации // ЭФО. Экономика. Финансы. Общество. 2024. №2(10) С.52-64. DOI:10.24412/2782-4845-2024-10-52-64

COMPANY'S GROWTH STRATEGIES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Yu.V. Ioda, Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk, Russia

A.D. Bykova, Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk, Russia

V.D. Zhukova, Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk, Russia

Abstract. Today, in the context of a rapidly developing digital economy and the emergence of new digital products, companies are constantly forced to modify their operating model, adapting to new realities in order to maintain competitiveness in the market. The article considers the factors influencing digitalization. Business processes and digital transformation itself, as a factor influencing the effectiveness of building a growth strategy. The data reflecting the effectiveness of using digital tools in the company management process are presented.

Keywords: digitalization, digital economy, digital development strategy, digital transformation, company, growth strategy

Введение

В современную эпоху, характеризующуюся стремительным развитием и повсеместным внедрением цифровых технологий, компании всех отраслей сталкиваются с необходимостью адаптироваться к новой цифровой реальности. Для обеспечения устойчивого роста и процветания в долгосрочной перспективе компаниям требуется разработать и реализовать эффективную стратегию, учитывающую возможности и вызовы, обусловленные цифровизацией.

Цифровизация – новая реальность, меняющая ландшафт современного бизнеса. Внедрение цифровых инноваций в хозяйственную деятельность компании влияет на все её аспекты, а особенно на выбор, разработку и реализацию стратегии роста.

В условиях цифровой экономики компания сталкивается с новыми вызовами и потенциальными возможностями. Например, с возникновением новых инновационных бизнес-моделей, в основу которых заложено использование больших данных, цифровых платформ или бизнес-экосистем; с изменяющимися условиями конкуренции и требованиями клиентов; с появлением возможностей роста в результате активного применения цифровых продуктов и т.п. Все эти и другие аспекты важно учитывать при формировании стратегии развития компании и её реализации в современных цифровых реалиях.

Изучение проблемы стратегий роста компании в условиях цифровой трансформации – актуальная и практически значимая задача, решение которой поможет современному бизнесу лучше адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и обеспечить своё устойчивое развитие в век цифровых технологий.

Целью работы является анализ стратегий развития компании, позволяющих обеспечить её устойчивый рост в цифровой бизнес-среде. Авторы пришли к выводу о том, что для каждого типа роста – концентрированного, интегрированного и диверсифицированного – разумно применять различные стратегии, опираясь на специфику выбранной и реализуемой компанией модели роста. Так, успешной реализации стратегии концентрированного роста в современных цифровых реалиях может способствовать стратегия цифровой трансформации фирмы («Digital-стратегия») и стратегия по повышению корпоративной социальной ответственности. Компаниям, стремящимся к обеспечению интегрированного роста, в условиях цифровизации важно наращивать собственный потенциал, а именно повышать цифровую грамотность. Диверсифицированный рост фирмы позволит обеспечить стратегия «стратегического партнёрства», поскольку сотрудничество с другими компаниями способствует возможности лучше ориентироваться в цифровом бизнес-пространстве, лучше понимать нюансы и тонкости цифровизации бизнеса и экономики. Однако данное разграничение условно, поскольку выбор

конкретных инструментов или их комбинаций зависит от специфики самой компании и её целей.

В качестве методологической основы исследования выступают системный, теоретический, контентный, логический анализ.

Результаты исследования

Цифровизация экономики представляет собой глубокую трансформацию всех сфер жизни общества, обусловленную стремительным развитием и повсеместным внедрением информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). В этих условиях компании, стремящиеся к устойчивому развитию и долгосрочному успеху, вынуждены адаптироваться к новым реалиям, вырабатывая эффективные стратегии роста, основанные на использовании цифровых технологий.

«На сегодняшний день существуют различные подходы к определению концептуальных основ и дано большое количество трактовок понятия «стратегия развития» в отношении хозяйствующего субъекта. Анализ некоторых наиболее распространённых определений, позволил сформулировать следующую характеристику: стратегия развития – это комплексный план, содержащий долговременные фундаментальные установки управления компанией» [2]. «Исходя из экономических реалий конкретного исторического промежутка времени, стратегия и её роль для компании понималась экономистами по-разному. На современном этапе развития экономики формирование принципов стратегического поведения – важная и сложная задача» [6].

Современная экономическая литература даёт обширную классификацию видов стратегии развития компании. Одним из классических её типов является стратегия роста. Проанализировав несколько работ отечественных авторов, посвящённых различным аспектам изучения корпоративной стратегии развития компании, можно дать следующее определение термину «стратегия роста компании»: это общекорпоративный долгосрочный план развития, основанный на маркетинговой активности компании и направленный на увеличение масштабов её деятельности и достижения более высоких экономических показателей, с целью обеспечения устойчивого конкурентного преимущества на рынке. В рамках стратегии «во главу угла ставятся вопросы о выборе конкретных видов деловой активности и инструментов для: создания положительной деловой репутации среди клиентов и контрагентов; оптимизации бизнес-процессов и экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности; диверсификации производства; выхода и завоевания новых рынков; борьбы с конкурентами; повышения инвестиционной привлекательности; привлечения новых ресурсов и распределения уже имеющихся; создания синергетического эффекта хозяйственных подразделений и т.п.» [7].

В основу стратегии развития могут быть заложены 3 базовых типа роста (рисунок 1). «Выбор конкретной стратегии роста зависит от множества факторов внутренней и внешней бизнес-среды, например, от размера и ресурсов компании,

конкурентной среды, рыночных тенденций, технологических и финансовых возможностей, отношения компании к риску» [1]. Однако внешние факторы являются определяющими, т. к. ограничивают или расширяют возможности роста и влияют на возникновение потенциальных возможностей и рисков.



Рис 1. Базовые стратегии роста компании*

*составлено авторами по данным [1]

Одним из таких факторов внешней среды является цифровизация. Мир меняется, с каждым днем появляется все больше новых цифровых инструментов. Управляющие многих компаний сталкиваются с ультиматумом: «либо делай, либо приостанавливай свою работу», поэтому они вынуждены искать варианты решений сокращения своих расходов. Цифровизация вносит корректировки в структуру компании, благодаря которым происходят масштабные изменения в рабочей сфере, видоизменяются бизнес-модели, повышается качество продуктов или услуг. Изменения также затрагивают политику корпоративной культуры и менеджмента. «Компании, в которых отмечается высокий уровень корпоративной культуры, получают финансовую выгоду в долгосрочном периоде, поскольку такое положение способствует изменению нематериальных активов, что в конечном итоге сказывается на операционной деятельности» [3]. Из этого можно сделать вывод, что цифровизация охватывает достаточно

обширную область деятельности организации, начиная от трансформации производственных процессов до структурных изменений методик работы.

Грамотно выстроенная цифровая среда «окажет положительное влияние на осуществление принципов устойчивого развития организации. Наличие высокого уровня цифровизации позволяет управляющим за короткий срок получать полную информацию о текущем положении организации» [5]. Компании, которые не запустят данный процесс уже сегодня, имеют риск стать неэффективными, а в будущем и вовсе исчезнуть под напором появления новых рыночных тенденций и более адаптированных под текущие условия конкурентов.

Цифровая трансформация имеет ряд преимуществ. Главным является повышение эффективности. Проводя автоматизацию ручных процессов в работе, организации экономят свое время, сводят к минимуму риск возникновения возможных ошибок. Также, цифровизация выявляет новые способы получения дохода. Например, компания, у которой основная форма деятельности — производство, может внедрять в свой рабочий процесс новые технологии по расширению ассортимента.

Цифровизация оказывает огромное влияние на стратегию роста организации. Цифровые технологии позволяют автоматизировать процессы, улучшить операционную эффективность и сократить издержки, что в свою очередь приведет к повышению прибыли. Социальные сети, интернет-магазины, мобильные приложения — одним словом цифровые каналы коммуникации, помогают фирме привлечь к себе больше клиентов. Помимо этого, цифровые технологии позволяют глубже анализировать потребности клиентов, их пожелания и предпочтения. Так, используя приведенные данные компании Broadcom, которая является мировым лидером в области инфраструктурных технологий, основанным на 50-летнем опыте инноваций, сотрудничества и передового инженерного опыта, «у организации Keeping Score (телевизионные документальные фильмы и концертные программы Keeping Score доступны на DVD и Blu-Ray в форматах высокой четкости на SFS Media, собственном лейбле симфонического оркестра Сан-Франциско), после новых цифровых внедрений увеличилась скорость выхода на рынок на 33%, касаясь затраченного времени на принятие решений — сократилось на 32%» [14].

Для того, чтобы цифровая трансформация прошла с наибольшим успехом, организациям необходимо провести анализ текущего состояния компании, ее конкурентов и рынка в целом. На основании проведенного анализа следует определить цели, которые организация планирует достичь в условиях цифровой эволюции. Также необходимо разработать четкий план действий, назначить ответственных лиц и определить сроки выполнения. Не менее важно и грамотное применение всех выбранных цифровых изменений в процессе работы компании.

Цифровые технологии применяются при проведении цифровой трансформации. Это возможно в следующих направлениях:

- использование данных и аналитики. Сбор и анализ данных о клиентах, рынке и конкурентах для получения информации о возможностях роста.
- разработка мобильных приложений. Создание мобильных приложений для улучшения обслуживания клиентов и расширения охвата рынка.
- использование социальных сетей. Взаимодействие с клиентами и потенциальными клиентами в социальных сетях.
- использование искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (ML) в реализации деловых процессов компании. Автоматизация задач, персонализация обслуживания клиентов и прогнозирование рыночных тенденций.
- применение облачных технологий. Хранение данных и приложений в облаке для повышения доступности и масштабируемости.

«Цифровые изменения касаются не только рабочей сферы, но и вопросов профессиональной деятельности работников кадровой службы организаций. Прибавляется масштаб трудовых функций, что может привести к повышению уровня профессиональной подготовки кадров, которые способны на выполнение большого объема работы не по специализации, вследствие чего возникает потребность быстрого переобучения сотрудников» [9]. Данный процесс проходит в несколько этапов, представленных ниже на рисунке 2.



Рис. 2. Этапы адаптации сотрудников к изменениям цифровизации*

*составлено авторами по данным [9]

В практике существуют четыре стратегии по изменениям в цифровой экономике: цифровая трансформация («Digital-стратегия»), стратегическое партнерство, наращивание потенциала, а также корпоративная социальная ответственность (КСО). Касаясь последней, ее актуальность в данной ситуации возрастает, поскольку изменения в технологиях в итоге приводят к замене существующих методов работы между компаниями и обществом, ожиданий потребителей и общества в целом. Данный вид стратегии предполагает

предоставление доступа к цифровым технологиям, особое внимание заостряя на цифровой конфиденциальности и безопасности, ведение учета степени влияния цифровизации на окружающую среду. «Применение методик этой стратегии способствует укреплению общественного мнения о данной организации, а также помогает удержать клиентов и сотрудников. Реализация данной программы может осуществляться различными методами. Предприятия отвечают за обеспечение цифровой интеграции, уделяя особое внимание доступности своих продуктов, услуг и цифровых платформ. Такой метод основывается на анализе потребностей групп, которые находятся в неблагоприятном положении и не имеют доступа к цифровым технологиям» [11]. Цифровая конфиденциальность и безопасность, использование цифровых технологий для обеспечения общественных целей — все это должно быть также в приоритете. С применением всех вышеописанных методов, у организаций повышается шанс на улучшение имеющейся репутации, укрепление взаимоотношений с заинтересованными сторонами, появляется возможность внести свой вклад в устойчивое развитие цифровой экономики.

Цифровизация в области КСО позволяет компаниям направлять цифровые технологии на увеличение прозрачности и отчетности, на улучшение имеющихся условий работы коллектива, а также сведение к минимуму негативного влияния на окружающую среду.

«Наращивание потенциала — наиболее важное направление по развитию бизнеса в цифровой сфере. Динамика развития цифровизации с каждым днем растет, поэтому компании вынуждены направлять средства на развитие навыков, требуемых для повышения эффекта от использования этих технологий» [12]. Несомненно, быстрый темп развития цифровой экономики ведет за собой постоянное обучение и скорейшую адаптацию, необходимые для удержания уровня конкурентоспособности. Руководителям нужно стимулировать своих сотрудников на непрерывное обучение и дополнение к имеющимся у них знаниям в виде прохождения ими курсов по повышению квалификации, всевозможным онлайн-консультаций. Нельзя забывать и про обеспечение безопасности данных и сохранение конфиденциальности. Также инвестирование в исследования и разработки является неотъемлемой частью наращивания потенциала фирмы, поскольку предприятия, что умеют в короткий срок внедрить инновации в свой рабочий процесс, имеют больше шансов на успешное протекание деятельности.

Статистика внедрения и использования инструментов цифровизации при разработке стратегий роста компаний свидетельствует о том, что:

1. Наблюдается рост использования цифровых инструментов:

81% руководителей компаний считают, что цифровые технологии имеют решающее значение для достижения их целей роста.

73% компаний уже используют цифровые технологии для разработки стратегии роста.

59% компаний планируют увеличить инвестиции в цифровые технологии для разработки стратегии роста в течение следующих 12 месяцев.

2. Отмечается увеличение влияние цифровизации на результаты:

Компании, которые внедрили цифровые технологии, демонстрируют рост на 20% быстрее чем те, которые этого не сделали.

Компании, которые используют цифровые технологии для разработки стратегии роста, на 25% чаще достигают своих целей роста.

Цифровые технологии могут помочь компаниям увеличить доход на 10% и снизить расходы на 15%.

Цифровые технологии могут помочь компаниям увеличить свою рентабельность на 20%.

Цифровые технологии могут помочь компаниям увеличить свою рентабельность инвестиций на 26%.

Компании, которые адаптируются к цифровым изменениям, на 50% более устойчивы к рыночным потрясениям.

«Компании, использующие цифровые технологии для взаимодействия с клиентами, имеют на 66% больше шансов сохранить лояльность клиентов.

3. Распространение цифровых технологий:

90% компаний уже используют в той или иной степени цифровые технологии для разработки своих бизнес-стратегий.

72% руководителей считают, что цифровые технологии имеют решающее значение для успеха их бизнеса.

66% компаний планируют увеличить инвестиции в цифровые технологии в течение следующих 12 месяцев» [13].

Опросы российских предпринимателей и крупных компаний показал, что 94% из опрошенных компаний сократили затраты после внедрения искусственного интеллекта в бизнес-процессы.

«У 68% предпринимателей, использующих ИИ в своих процессах, нейросети повлияли приблизительно на 1–5% EBITDA компании.

Более 30% компаний из сферы банкинга, ритейла, медиа, телекоммуникаций, онлайн-торговли ожидают, что искусственный интеллект поможет увеличить выручку, увеличить ценность продуктов для клиентов и их лояльность.

Чаще всего ИИ используют в маркетинге и продажах (66%), клиентском сервисе (54%), исследованиях и разработке (49%), IT-компаниях (31%)» [10].

Цифровизация не стоит на месте. С каждым днем появляется все больше новых технологий, внедрение которых позволит компаниям одержать верх перед конкурентами. Стратегические партнерства приобретают важность в устойчивом развитии бизнеса. Взаимодействуя с другими организациями, предприятия обмениваются опытом, открывают новые способы работы, стимулируют инновации и, что особенно ценно, учатся ориентироваться в цифровых новшествах с получением наибольшей эффективности от деятельности [5].

Существует несколько теоретических подходов к разработке стратегий роста компании в условиях цифровизации. Среди наиболее распространенных можно выделить:

Концепция цифровой трансформации, которая рассматривает процесс внедрения ИКТ во всех аспектах деятельности компании, приводящий к радикальным изменениям в бизнес-модели, продуктах, процессах и корпоративной культуре.

Модель сетевой экономики, в основе которой лежит фокусировка на создании и развитии сетевых взаимодействий с клиентами, партнерами и поставщиками с использованием цифровых платформ и инструментов.

Стратегия создания конкурентного преимущества на основе данных требует акцентирования на сборе, анализе и использовании больших массивов данных для оптимизации бизнес-процессов, персонализации продуктов и услуг, а также разработки новых предложений.

Стратегическое партнерство предполагает сотрудничество между традиционным бизнесом и технологическими компаниями, стартапами. Такие объединения помогают традиционным предприятиям получить доступ к передовым цифровым технологиям, техническому опыту, и тем самым приумножить их возможности. Помимо этого, такого рода сотрудничество может повысить интерес к инновациям, собирая воедино различные мнения, умения, ресурсы. Все это может подвигнуть руководителей компаний к разработке новых решений, продуктов или услуг, которые помогут повысить конкурентоспособность фирмы. Но нельзя оценивать стратегическое партнерство только с позитивной стороны. В результате таких объединений в процессе работы есть риски, такие как: столкновения культур, недопонимание, различные цели. Поэтому, организациям следует подходить к данному вопросу наиболее внимательно, щепетильно относиться к выбору партнеров, сразу помечать свои цели и ожидания от проделанной работы.

На основе теоретических подходов и методов исследования можно сформулировать ряд практических рекомендаций по разработке стратегий роста компании в условиях цифровизации:

1. Постановка целей и задач в условиях применения инструментов цифровизации.

Определить конкретные, измеримые, достижимые, релевантные и ограниченные по времени (SMART) цели, которых компания хочет достичь с помощью цифровых технологий.

Сформулировать задачи, необходимые для достижения поставленных целей, с указанием сроков выполнения и ответственных лиц.

2. Комплексная оценка.

Провести тщательный анализ текущего состояния компании, ее ресурсов, возможностей и ограничений.

Оценить влияние внешних факторов, таких как рыночные условия, конкуренция, технологические достижения и регуляторные требования.

На основе анализа определить приоритетные направления цифровизации и разработать план внедрения.

3. Формирование высококвалифицированной команды.

Создать команду специалистов, обладающих глубокими знаниями, практическими навыками и релевантным опытом как в сфере цифровых технологий, так и стратегическом управлении. Обеспечить условия для профессионального роста и самосовершенствования членов команды. Поддерживать их энтузиазм и вовлеченность в процесс реализации стратегии.

4. Разработка детального плана реализации.

Определить чёткую последовательность действий, чётко обозначить этапы и временные рамки реализации стратегии. Охватить все аспекты реализации стратегии, включая технические, организационные, финансовые и кадровые вопросы. Распределить задачи и зоны ответственности между членами команды для обеспечения слаженной работы.

6. Обеспечение эффективного управления проектом.

Наладить прозрачную систему коммуникации и контроля за выполнением поставленных задач. Чтобы проект шел по намеченному пути, а команда достигала поставленных целей, важно отслеживать ход выполнения проекта в соответствии с проектным планом и вносить любые необходимые коррективы. Регулярный мониторинг прогресса также может помочь выявить потенциальные проблемы до того, как они превратятся в реальную проблему.

6. Выделение финансового обеспечения.

Предоставить необходимые ресурсы из бюджета, обеспечивающие бесперебойную реализацию стратегии, для ее успешной реализации.

7. Вовлечение и мотивирование сотрудников

Привлечь сотрудников к участию в разработке и внедрении стратегии, повышая их осведомленность о преимуществах цифровизации, и провести требуемое обучение.

8. Анализировать и корректировать.

Регулярно отслеживать ход реализации стратегии, собирая и анализируя данные о ее ключевых показателях эффективности (KPI). Оценивать эффективность стратегии, сопоставляя достигнутые результаты с поставленными целями и ожиданиями.

На основе полученных данных анализировать возможные отклонения от курса и при необходимости вносить коррективы в стратегию для достижения оптимальных результатов. Поддерживать гибкий подход к реализации стратегии, готовый к изменениям и корректировкам в ответ на новые вызовы и возможности.

Выводы

Цифровизация экономики представляет собой глубокую трансформацию всех сфер жизни общества, обусловленную стремительным развитием и повсеместным внедрением информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Современная ситуация, влияя на саморазвитие компании, формирует необходимость адаптации в условиях динамичной среды: стремительно меняющаяся реальность для компаний, ориентированных на устойчивое развитие и долгосрочный успех, должны показать умение проявлять гибкость и адаптироваться к новым вызовам.

Цифровизация, выступая ключевым инструментом разработки эффективных стратегий роста, основанных на использовании современных цифровых технологий, становится критически важной для обеспечения конкурентоспособности и достижения долгосрочных целей.

Трансформация для обеспечения эффективности организации, стремящейся к максимальному результату от своей деятельности, является кардинальной позицией в проведении реноваций существующих стратегий, для сохранения лидирующих позиций на рынке.

Необходимо не просто реагировать на изменения, но опережать их, проактивно разрабатывая и внедряя инновационные стратегии, основанные на глубоком анализе рынка и трендов.

Процесс адаптации и трансформации должен носить непрерывный характер, что требует от компаний постоянного совершенствования своих стратегий и подходов к ведению бизнеса.

Заключение

Разработка и реализация эффективной стратегии роста компании в условиях цифровой трансформации является сложной, но выполнимой задачей, выступающей неотъемлемой частью деятельности любой организации в совместном процессе развития и принятия решений руководителями. Это позволит успешно адаптироваться к новым реалиям цифровой экономики, повысить свою конкурентоспособность и достичь устойчивого развития.

Процесс повышения эффективности уже имеющейся модели, и, следовательно, способ реализации возможностей роста во многом зависит от направлений развития технологий цифровизации, быстрого реагирования на внедренные изменения сотрудников и руководителей. Цифровая стратегия сможет обеспечить рост цифровой грамотности сотрудников, мотивацию персонала, предоставив требующиеся ресурсы по внедрению цифровых инноваций.

Список использованных источников:

1. Базовые стратегии роста фирмы. [сайт]. [Электронный ресурс] URL: https://spravochnick.ru/marketing/bazovye_strategii_rosta_firmy/ (дата обращения 09.06.2023).

2. Варфоломеева, В. А. Стратегическое планирование деятельности предприятий в условиях цифровой экономики / В. А. Варфоломеева, Н. А. Иванова // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 4. № 6. С. 357-363.

3. Гудкова Т. В, Сеницын С. А. Цифровизация как фактор устойчивого развития компании // Государственное управление. Электронный вестник. 2022.

№93. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-kak-faktor-ustoychivogo-razvitiya-kompanii> (дата обращения 09.06.2023).

4. Гудкова, Т. В. Цифровая трансформация фирмы: предпосылки теоретического анализа и проблемы реализации на практике / Т. В. Гудкова, А. В. Заздравных // Проблемы современной экономики. 2021. № 2(78). С. 27-31.

5. Гудкова, Т. В. Экономическая эволюция фирмы: от классической концепции к цифровой экосистеме / Т. В. Гудкова // Экономическое возрождение России. 2019. № 4(62). С. 74-84.

6. Джурич, В. Обоснование и разработка стратегии предприятия в цифровом пространстве / В. Джурич // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12, № 8-1. С. 196-205.

7. Корпоративная стратегия [сайт]. [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная_стратегия (дата обращения 09.06.2023).

8. Корпоративная стратегия [сайт]. [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная_стратегия (дата обращения 09.06.2023).

9. Никулина, Ю. Н. Инновационные кадровые технологии: оценка эффективности внедрения и уровня востребованности / Ю. Н. Никулина // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 1. С. 45-62.

10. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: докл. к XXII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апр. 2021 г. / Г. И. Абдрахманова, К. Б. Быховский, Н. Н. Веселитская, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. ; рук. авт. кол. П. Б. Рудник ; науч. ред. Л. М. Гохберг, П. Б. Рудник, К. О. Вишневский, Т. С. Зинина ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. С.30-35.

11. Шайдуллин, А. Ф. Стратегии устойчивого развития бизнеса в условиях цифровой экономики / А. Ф. Шайдуллин // Актуальные исследования. 2023. № 33(163). С. 87-94.

12. Шотланд М. Наращивание потенциала: для чего это хорошо? 2020 - [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://medium.com/idinsight-blog/capacity-building-what-is-it-good-for-79a75519c76e> (дата обращения 09.06.2023)

13. Gulaliyev M. et al. The Main Problems of Building the Digital Economy of Azerbaijan // WSEAS Transactions on Business and Economics. 2023. Т. 20. С. 1383-1395. [Электронный ресурс] URL: <https://www.researchgate.net/publication/371820104> (дата обращения 09.06.2023).

14. J'enique Consulting (нишевая консалтинговая компания по маркетингу). 2016 [Электронный ресурс] URL: <https://medium.com/@JenniqueConsulting/the-csr-strategy-b078536d9f27> (дата обращения 09.06.2023).

Сведения об авторах / Information about the author:

Иода Юлия Владимировна – доцент кафедры «Экономика и финансы» Липецкого филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», к.э.н., доцент. E-mail: YVIoda@fa.ru / **Ioda Yulia Vladimirovna** – associate professor of Department of Economics and Finance, Lipetsk Branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Financial University under the Government of the Russian Federation," Ph.D., associate professor. E-mail: linchenko1@mail.ru

Быкова Анастасия Дмитриевна – студент Липецкого филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ». E-mail: viluskina2003@yandex.ru / **Bykova Anastasia Dmitrievna** – Student of the Lipetsk branch at the FSOBU HE "Financial University under the Government of the Russian Federation". E-mail: viluskina2003@yandex.ru

Жукова Вероника Дмитриевна – студент Липецкого филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ». E-mail: veronica.zhukova12@gmail.com / **Zhukova Veronika Dmitrievna** – Student of the Lipetsk branch at the FSOBU HE "Financial University under the Government of the Russian Federation". E-mail: veronica.zhukova12@gmail.com

Сведения о вкладе каждого автора / Information about the contribution of each author

Иода Ю.В. – научное руководство, формулирование основных направлений исследования, разработка теоретических предпосылок, доработка текста.

Быкова А.Д. – подготовка начального варианта статьи, проведение социологического исследования.

Жукова В.Д. – формирование общих выводов и литературный анализ

Ioda Yu.V. – scientific guidance, formulation of the main directions of research, development of theoretical background, finalization of the text.

Bykova A.D. – preparation of the initial version of the article, conducting the survey.

Zhukova V.D. – formation of general conclusions and literary analysis.

Дата поступления статьи: 03.06.2024

Принято решение о публикации: 21.06.2024

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.