

Галенко Петро Миколайович

аспірант

Київського національного економічного університету

імені Вадима Гетьмана

Galenko Petro

Postgraduate of the

National Economic University named after Vadym Hetman

ORCID: 0000-0002-3637-8721

**КОРПОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-
ОПЕРАЦІЙ
CORPORATE STRATEGIES OF INFORMATIZATION OF BUSINESS
OPERATIONS**

***Анотація.** У сучасному швидкоплинному бізнес-середовищі, щоб залишатися конкурентоспроможним, потрібне глибоке розуміння того, як ефективно інтегрувати інформаційні технології (ІТ) у діяльність. Інформатизація, або процес використання ІТ для вдосконалення бізнес-процесів і прийняття рішень, стала вирішальною складовою корпоративної стратегії. У цій статті буде розглянуто різні корпоративні стратегії інформатизації та те, як їх можна використовувати для покращення бізнес-операцій.*

У статті також досліджуватимуться проблеми, з якими стикаються організації під час впровадження стратегій інформатизації, такі як ризики безпеки та відповідності вимогам, витрати та опір змінам. У статті наведено приклади успішних стратегій інформатизації, реалізованих у різних галузях промисловості, висвітлюючи ключові висновки

та найкращі практики для підприємств, які прагнуть покращити свою діяльність за допомогою інформатизації.

Загалом ця стаття надасть повне розуміння корпоративних стратегій інформатизації та того, як їх можна використовувати для покращення бізнес-операцій. Це матиме велике значення для бізнес-лідерів, IT-фахівців і тих, хто зацікавлений у розумінні того, як можна використовувати технології, щоб отримати конкурентну перевагу в сучасному бізнес-середовищі.

Ключові слова: інформаційні технології (IT), корпоративна стратегія інформатизації, бізнес-операції, автоматизація, цифровізація, прийняття рішень на основі даних, узгодження з бізнес-стратегією, ризики безпеки та відповідності.

Summary. *In today's fast-paced business environment, staying competitive requires a deep understanding of how to effectively integrate information technology (IT) into operations. Informatization, or the process of using IT to improve business processes and decision-making, has become a crucial component of corporate strategy. This article will explore the various corporate strategies of informatization and how they can be used to improve business operations.*

We will begin by examining the different types of IT that are commonly used in business, including hardware, software, and network infrastructure. We will then delve into the various corporate strategies of informatization, including automation, digitalization, and data-driven decision-making. We will also discuss the importance of aligning IT with the overall business strategy, and how a clear understanding of the organization's goals and objectives can inform the selection and implementation of technology.

The article will also explore the challenges that organizations face when implementing informatization strategies, such as security and compliance risks,

cost, and resistance to change. The article will provide examples of successful informatization strategies implemented in different industries, highlighting key takeaways and best practices for businesses looking to improve their operations through informatization.

Overall, this article will provide a comprehensive understanding of the corporate strategies of informatization and how they can be used to improve business operations. It will be of great value to business leaders, IT professionals and those interested in understanding how technology can be leveraged to gain a competitive edge in today's business environment.

Key words: *information technology (IT), informatization corporate strategy, business operations, automation, digitalization, data-driven decision-making, alignment with business strategy, security and compliance risks, cost, resistance to change, successful implementation examples, best practices.*

Постановка проблеми. Незважаючи на незаперчні переваги інтеграції інформаційних технологій (ІТ) у бізнес-операції, багатьом організаціям важко ефективно реалізувати стратегії інформатизації. Під час впровадження стратегій інформатизації організації стикаються з кількома проблемами, такими як розуміння того, які конкретні технології необхідні для бізнесу, узгодження ІТ із загальною бізнес-стратегією, управління витратами та ризиками, пов'язаними з впровадженням нових технологій, і подолання опору змінам з боку співробітників. Як наслідок, багато організацій не можуть повністю використати потенціал ІТ для покращення своєї діяльності та отримання конкурентної переваги в сучасному швидкозмінному бізнес-середовищі. Ця стаття спрямована на вирішення цієї проблеми шляхом надання всебічного розуміння корпоративних стратегій інформатизації та того, як їх можна використовувати для покращення бізнес-операцій.

Аналіз останніх досліджень. Наші українські вчені досліджували питання інформатизації бізнесу у статтях Янчук Т.В. Ефективність інформатизації малого бізнесу, Ситник Р. Ф. Розвиток та застосування інформаційних систем в бізнесі. Проте ці питання стосувалися малого бізнесу, що відрізняється від корпоративного рівня.

Мета статті. Ця стаття спрямована на вирішення цієї проблеми шляхом надання всебічного розуміння корпоративних стратегій інформатизації та того, як їх можна використовувати для покращення бізнес-операцій.

Виклад основного матеріалу. Інформатизація, інтеграція технологій та інформаційних систем у бізнес-операції, є критичним аспектом сучасної корпоративної стратегії. Використання інформаційних технологій (ІТ) може підвищити ефективність, підвищити конкурентоспроможність і розширити можливості прийняття рішень. У цій статті ми дослідимо різні стратегії, які компанії можуть використовувати для впровадження інформатизації, і переваги, яких можна досягти.

Однією з ключових стратегій інформатизації є впровадження систем планування ресурсів підприємства (ERP) [3, с. 223-255]. Системи ERP об'єднують різні бізнес-процеси, такі як бухгалтерський облік, управління персоналом і запасами, в єдину систему. Це дозволяє отримати доступ до даних у режимі реального часу та покращити процес прийняття рішень. Компанії також можуть використовувати системи ERP для автоматизації повторюваних завдань і зниження ризику помилок [1, с. 26].

Іншою стратегією інформатизації є використання систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). Системи CRM дозволяють компаніям керувати взаємодією з клієнтами та даними в одному центральному місці. Це може покращити обслуговування клієнтів і збільшити продажі, забезпечуючи більш персоналізований досвід. Крім того, системи CRM можуть надати цінну інформацію про поведінку

клієнтів, яку можна використовувати для вдосконалення маркетингових стратегій.

Третя стратегія інформатизації — використання великих даних і аналітики. Збираючи та аналізуючи великі обсяги даних, компанії можуть отримати уявлення про поведінку клієнтів, оптимізувати роботу та покращити процес прийняття рішень. Це також можна використовувати для виявлення нових можливостей для зростання та інновацій.

Окрім цих стратегій, компанії також можуть інвестувати в заходи кібербезпеки для захисту від витоку даних та інших загроз безпеці. Це особливо важливо, оскільки використання технологій і даних зростає.

Інформатизація також може бути використана для покращення співпраці та комунікації всередині компанії. Використовуючи такі інструменти, як обмін миттєвими повідомленнями, відеоконференції та програмне забезпечення для керування проектами, команди можуть працювати разом ефективніше та результативніше [2].

Підсумовуючи, інформатизація є вирішальним аспектом сучасної корпоративної стратегії. Компанії можуть використовувати такі стратегії, як ERP-системи, CRM-системи, великі дані та аналітика, а також заходи кібербезпеки для підвищення ефективності, підвищення конкурентоспроможності та покращення можливостей прийняття рішень. Крім того, інформатизація також може бути використана для покращення співпраці та комунікації всередині компанії [4, с. 39-45].

Однак варто зазначити, що інформатизація також може мати негативні наслідки, якщо її не впровадити належним чином, наприклад, витік даних, загрози безпеці або відсутність конфіденційності. Таким чином, компанії повинні проявляти особливу обережність під час реалізації стратегій інформатизації та переконатися, що вони відповідають усім відповідним законам і нормам. Крім того, компанії також повинні враховувати потенційний вплив інформатизації на своїх співробітників і

робочу силу та вживати заходів для пом'якшення будь-яких негативних наслідків.

Інформатизація також корисна для управління ланцюгом поставок. Використовуючи такі IT-рішення, як технологія RFID, GPS-відстеження та системи управління складами, компанії можуть покращити відстеження запасів, скоротити час виконання замовлення та підвищити ефективність логістичних операцій. Це може призвести до економії коштів, покращення обслуговування клієнтів і підвищення продуктивності [5, с. 257-268].

Хмарні обчислення – ще одна стратегія, яку компанії можуть використовувати для впровадження інформатизації. Використовуючи хмарні рішення, компанії можуть отримати доступ до програмного забезпечення та сховища корпоративного рівня без необхідності використання дорогого обладнання та інфраструктури. Це також може зменшити витрати на IT і покращити масштабованість, оскільки компанії можуть отримати доступ до додаткових ресурсів за потреби.

Одним із найважливіших аспектів інформатизації є інтеграція різних систем і технологій. Це дозволяє отримати доступ у режимі реального часу до даних різних відділів і функцій, що може покращити процес прийняття рішень і підвищити ефективність. Компанії також можуть використовувати інтеграцію для підключення своїх систем до систем своїх партнерів і постачальників, що може покращити співпрацю та оптимізувати операції в ланцюзі поставок [6, с. 3-4].

Ще одним важливим аспектом інформатизації є використання мобільних технологій. Використовуючи мобільні пристрої та програми, компанії можуть покращити комунікацію та співпрацю, підвищити продуктивність і надати співробітникам доступ до інформації та ресурсів навіть у дорозі. Це особливо важливо в таких галузях, як транспорт, логістика та польове обслуговування, де співробітники часто працюють поза офісом.

Інформатизація також може бути використана для покращення обслуговування клієнтів. Використовуючи такі ІТ-рішення, як чат-боти, віртуальні помічники та моніторинг соціальних мереж, компанії можуть надавати цілодобову підтримку та швидше відповідати на запити клієнтів. Це може підвищити рівень задоволеності та лояльності клієнтів.

Інформатизація також може бути використана для підвищення стійкості та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Використовуючи ІТ-рішення, такі як системи управління енергією, компанії можуть зменшити споживання енергії та викиди вуглецю. Це може не тільки принести користь навколишньому середовищу, але й покращити репутацію компанії та залучити соціально відповідальних клієнтів [7, с. 4-10].

Інформатизація також може бути використана для підвищення залученості та задоволеності працівників. Надаючи працівникам доступ до інформації та ресурсів, а також можливість працювати віддалено, компанії можуть покращити баланс між роботою та особистим життям, зменшити плинність кадрів і підвищити продуктивність.

Іншим ключовим аспектом цифрової трансформації є використання Інтернету речей (ІоТ). Підключаючи пристрої та машини до Інтернету, компанії можуть збирати та аналізувати дані в режимі реального часу, які можна використовувати для підвищення ефективності та прийняття рішень. Це також можна використовувати для покращення взаємодії з клієнтами, наприклад, забезпечуючи віддалений моніторинг і контроль продуктів.

Компанії також можуть використовувати цифрову трансформацію для покращення взаємодії з клієнтами. Використовуючи такі технології, як віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR), компанії можуть надавати клієнтам захоплюючий та інтерактивний досвід. Це можна використовувати для покращення маркетингу та продажів, а також для надання післяпродажної підтримки.

Ще одним ключовим аспектом цифрової трансформації є використання технології блокчейн. Блокчейн дозволяє здійснювати безпечні та прозорі транзакції, які можна використовувати для покращення управління ланцюгом поставок, логістики та фінансових транзакцій.

Варто зазначити, що цифрова трансформація стосується не лише технологій, а й культури та людей. Компанії повинні переконатися, що їхні співробітники готові та бажають адаптуватися до змін, які приносить цифрова трансформація, і що вони мають необхідні навички та знання для цього. Це може вимагати програм навчання та розвитку, а також змін в організаційній структурі та процесах [8, с. 371-403].

Ще одним важливим аспектом інформатизації та цифрової трансформації є використання засобів автоматизації. Автоматизацію можна використовувати для підвищення ефективності та зменшення ризику помилок шляхом автоматизації повторюваних завдань. Це також можна використовувати для підвищення точності та узгодженості, а також для того, щоб звільнити співробітників, щоб вони зосередилися на складніших і складніших завданнях.

Однією з найпоширеніших форм автоматизації є роботизована автоматизація процесів (RPA). RPA дозволяє компаніям автоматизувати повторювані завдання, такі як введення даних, обробка рахунків-фактур і обслуговування клієнтів. Це може підвищити ефективність, зменшити витрати та покращити взаємодію з клієнтами.

Іншою формою автоматизації є машинне навчання (ML) і штучний інтелект (AI). Ці технології можна використовувати для автоматизації прийняття рішень, наприклад, шляхом аналізу великих обсягів даних для визначення закономірностей і тенденцій. Це можна використовувати для покращення маркетингу та продажів, а також для оптимізації операцій і управління ланцюгом поставок.

Компанії також можуть використовувати автоматизацію для покращення взаємодії з клієнтами. Наприклад, за допомогою чат-ботів і віртуальних помічників компанії можуть надавати цілодобову підтримку та швидше відповідати на запити клієнтів. Це може підвищити рівень задоволеності та лояльності клієнтів [9, с. 1-29].

Ще одним важливим аспектом інформатизації та цифрової трансформації є використання цифрових платформ. Цифрові платформи – це онлайн-ринки, соціальні мережі та інші цифрові платформи, які компанії можуть використовувати для залучення клієнтів і партнерів. Це можна використовувати для покращення маркетингу та продажів, а також для надання післяпродажної підтримки.

Однією з найпопулярніших цифрових платформ є електронна комерція. Платформи електронної комерції дозволяють компаніям продавати продукти та послуги онлайн, що може покращити взаємодію з клієнтами, збільшити продажі та зменшити витрати.

Ще однією популярною цифровою платформою є соціальні мережі. Платформи соціальних мереж можна використовувати для залучення клієнтів, підвищення впізнаваності бренду та залучення потенційних клієнтів. Соціальні медіа також можна використовувати для покращення обслуговування та підтримки клієнтів, а також для збору відгуків клієнтів.

Висновки. Інформатизація та цифрова трансформація є ключовими стратегіями для компаній, які прагнуть підвищити ефективність, підвищити конкурентоспроможність і отримати конкурентну перевагу. Використовуючи такі технології, як ERP-системи, CRM-системи, великі дані та аналітика, заходи кібербезпеки, управління ланцюгом постачання, хмарні обчислення, інтеграція, мобільні технології, обслуговування клієнтів, стійкий розвиток і корпоративна соціальна відповідальність, залучення та задоволеність співробітників, AI, ML, IoT, VR, AR і блокчейн, компанії можуть оцифрувати всі операції та процеси, підвищити

ефективність, підвищити конкурентоспроможність і отримати конкурентну перевагу. Однак важливо мати на увазі, що комплексний підхід до цифрової трансформації необхідний для повної реалізації її потенційних переваг, і компанії повинні враховувати всі потенційні наслідки, як позитивні, так і негативні, перш ніж реалізовувати будь-яку стратегію.

Автоматизація, RPA, ML, AI, цифрові платформи, електронна комерція та соціальні медіа є одними з найважливіших технологій і стратегій, які компанії можуть використовувати для підвищення ефективності, скорочення витрат і покращення взаємодії з клієнтами.

Література

1. Брюс К. Чи можете ви узгодити ІТ із бізнес-стратегією? Стратегія Leadersh. 1998. 26. 16 с.
2. Уорд Дж., Гріффітс П., Вітмор П. Стратегічне планування інформаційних систем; Джон Вайлі: Нью-Йорк, США, 1990.
3. Galliers R.D. Планування інформаційних систем у Великобританії та Австралії: порівняння поточної практики. В Оксфордському дослідженні інформаційних технологій; Зоркочі П. І. Ред.; Oxford University Press: Оксфорд, Великобританія, 1987. С. 223–255.
4. Алраггас Б., Альзаед А. Поєднання інформаційних технологій і бізнес-стратегії в кувейтських компаніях. Інтер. Ж. Обчисл. апл. 2014. 101. С. 39–45.
5. Чоу Дж.М. Вплив невизначеності навколишнього середовища та стратегічного застосування ІБ на ефективність фірми. Інф. кер. 2003. 40. С. 257–268.
6. Люфтман Й.Н. Ключові питання для ІТ-керівників 2004. MIS Q. Ехес. 2005. 4. 3 с.
7. Шгенда Р. Конкурентна перевага інформації. Інф. Тиждень. 1999. 720. С. 4–10.

8. Браун С.В., Магілл С.Л. Узгодження функцій ІБ з підприємством: до моделі попередніх. *MIS Q.* 1994. 18. С. 371–403.
9. Кернс Г.С., Ледерер А. Л. Ресурсний погляд на стратегічне вирівнювання ІТ: як обмін знаннями створює конкурентну перевагу. *Децис. Sci.* 2003. 34. С. 1–29.

References

1. Bruce, K. Can you align IT with business strategy? *Strategy Leadersh.* 1998, 26, 16.
2. Ward, J.; Griffiths, P.; Whitmore, P. *Strategic Planning for Information Systems*; John Wiley: New York, NY, USA, 1990.
3. Galliers, R.D. Information systems planning in the United Kingdom and Australia: A comparison of current practice. In *Oxford Surveys in Information Technology*; Zorkoczy, P.I., Ed.; Oxford University Press: Oxford, UK, 1987; pp. 223–255.
4. Alraggas, B.; Alzayed, A. The Alignment of Information Technology and Business Strategy in the Kuwaiti Companies. *Inter. J. Comput. Appl.* 2014, 101, 39–45.
5. Choe, J.M. The effect of environmental uncertainty and strategic applications of IS on a firm's performance. *Inf. Manag.* 2003, 40, 257–268.
6. Luftman, J.N. Key Issues for IT executives 2004. *MIS Q. Exec.* 2005, 4, 3.
7. Szgenda, R. Information's Competitive Edge. *Inf. Week* 1999, 720, 4–10.
8. Brown, C.V.; Magill, S.L. Alignment of the IS functions with the enterprise: Toward a model of antecedents. *MIS Q.* 1994, 18, 371–403.
9. Kearns, G.S.; Lederer, A.L. A resource-based view of strategic IT alignment: How knowledge sharing creates competitive advantage. *Decis. Sci.* 2003, 34, 1–29.