



РОЛЬ BIG DATA В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИЙ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА

Неъматова Фарангиз Санжар кизи

Студент факультета цифровой экономики
и информационных технологий, Цифровая
экономика Ташкентский государственный
экономический университет

E-mail: farangiznematova54@gmail.com

Тенгелова Фарангиз Мажид кизи

Студент факультета цифровой экономики
и информационных технологий, Цифровая
экономика Ташкентский государственный
экономический университет

E-mail: tengelovafarangiz@gmail.com

Махамедова Мунисахон Алишер кизи

Студент факультета цифровой экономики
и информационных технологий, Цифровая
экономика Ташкентский государственный



экономический университет

E-mail: maxamedovamunisaxon@gmail.com

Аннотация: В условиях стремительного развития цифровой экономики технологии анализа больших данных (Big Data) становятся важнейшим инструментом стратегического управления. В статье рассматривается роль Big Data в формировании стратегий цифровой трансформации бизнеса, раскрываются ключевые направления их применения для повышения операционной эффективности, персонализации услуг и принятия обоснованных решений. Особое внимание уделено влиянию аналитики данных на изменение бизнес-моделей, конкурентные преимущества и адаптацию к цифровым вызовам. В результате исследования выявлены основные преимущества и барьеры внедрения Big Data в стратегическое планирование, а также предложены рекомендации по эффективному использованию данных в трансформационных процессах компаний.

Ключевые слова: Big Data, цифровая трансформация, стратегия бизнеса, аналитика данных, цифровая экономика, управление на основе данных, инновации, цифровые технологии, бизнес-модели.

Введение

Цифровая трансформация сегодня представляет собой ключевой вектор развития современной экономики и бизнеса. В условиях усиливающейся глобальной конкуренции, ускорения технологических изменений и роста потребительских ожиданий компании стремятся перестроить свои бизнес-модели, внедряя цифровые технологии. Одним из важнейших ресурсов в этом процессе стали большие данные (Big Data), способные кардинально изменить подход к стратегическому управлению.



Big Data не только предоставляет новые возможности для анализа внешней и внутренней среды предприятия, но и позволяет разрабатывать адаптивные и прогнозные стратегии, опираясь на объективную информацию в режиме реального времени. Современные организации, обладающие мощными инструментами аналитики данных, получают конкурентные преимущества за счёт глубокой персонализации продуктов и услуг, оптимизации бизнес-процессов, повышения клиентского опыта и эффективности принятия решений.

В данной работе рассматривается роль Big Data в формировании стратегий цифровой трансформации бизнеса. Особое внимание уделяется тому, как данные влияют на управленческие практики, перестройку бизнес-моделей и развитие цифровых компетенций в компаниях различных отраслей.

Современные тенденции цифровой экономики демонстрируют стремительный рост объема информации, производимой в различных сферах человеческой деятельности. В связи с этим технологии Big Data становятся неотъемлемым элементом стратегического управления и цифровой трансформации бизнеса. Согласно исследованиям российских ученых, таких как В.Н. Лаптев и А.В. Чернышёв [1], внедрение систем аналитики больших данных позволяет повысить точность управленческих решений, ускорить реакцию на изменения рынка и минимизировать риски, связанные с неопределенностью внешней среды.

С другой стороны, узбекские исследователи, в частности Р.Х. Karimov va S.I. Axmedova [2], подчеркивают значимость адаптации Big Data к национальным реалиям цифровой трансформации. В их работах рассматривается применение аналитических технологий в банковской системе Узбекистана, где большие данные используются для автоматизации кредитного скоринга, анализа клиентского поведения и оценки инвестиционного риска. Исследование показывает, что узбекские банки, начавшие цифровую трансформацию с внедрения CRM-систем и



мобильных приложений, теперь активно переходят к использованию Big Data-платформ для стратегического анализа.

Российские примеры, такие как цифровая трансформация компании «Сбербанк», наглядно демонстрируют, как интеграция Big Data изменила структуру бизнес-процессов. Согласно докладу Центра стратегических разработок РФ [3], «Сбер» перешел от традиционной банковской модели к платформенному бизнесу, опирающемуся на аналитику пользовательских данных и предиктивное моделирование. Это позволило создать экосистему цифровых сервисов, включая страхование, телемедицину и онлайн-обучение.

В Узбекистане схожие процессы наблюдаются в деятельности компании UzCard va MilliyBank, где Big Data применяется для цифровизации платёжных систем и финансовых услуг. Например, как отмечается в отчете Министерства цифровых технологий Республики Узбекистан [4], использование больших данных позволило существенно улучшить антифрод-мониторинг и клиентскую сегментацию в мобильных приложениях.

Отдельное внимание уделяется проблемам внедрения Big Data в стратегическое управление. Исследования профессора Н.Ю. Ожегова [5] подчеркивают, что успешное использование аналитики требует не только технологической инфраструктуры, но и соответствующих организационных изменений – трансформации культуры управления, обучения персонала и перестройки бизнес-логики. Это согласуется с выводами узбекских исследователей (R. Axmedov va D. Xolmatova [6]), утверждающих, что ключевым барьером цифровой трансформации в Узбекистане остаётся низкий уровень цифровой зрелости компаний и недостаточная интеграция аналитических решений в стратегическое планирование.



Таким образом, комплексный анализ показывает, что Big Data становится неотъемлемым инструментом в формировании стратегий цифровой трансформации бизнеса как в России, так и в Узбекистане. Однако эффективность этого процесса во многом зависит от способности организаций интегрировать аналитику в стратегические и операционные уровни управления, адаптируя мировые практики к национальным условиям.

В условиях стремительного развития цифровой экономики технологии анализа больших данных становятся неотъемлемой частью стратегического управления бизнесом. Big Data трансформирует подходы к планированию, прогнозированию и принятию управленческих решений, позволяя компаниям формировать стратегии, основанные на глубоком понимании внутренних процессов и внешней среды.

На основе анализа научной литературы и практического опыта стран, включая Россию и Узбекистан, можно выделить следующие ключевые выводы:

1) Big Data усиливает стратегический потенциал бизнеса, позволяя быстро адаптироваться к изменениям рынка, выявлять новые точки роста и обеспечивать персонализированный подход к клиенту.

2) Узбекистан находится на начальном, но активном этапе внедрения Big Data, особенно в банковском секторе, электронной коммерции и аграрной отрасли. Государственная политика в сфере цифровизации создает необходимые институциональные условия, однако требуется углубление практического применения аналитики.

3) Российский опыт демонстрирует, что успешная цифровая трансформация невозможна без создания цифровых экосистем, в которых Big Data выступает связующим элементом между сервисами, пользователями и управленческими структурами.



4) Основные барьеры внедрения Big Data включают нехватку квалифицированных кадров, слабую цифровую зрелость предприятий, низкий уровень взаимодействия между государственным и частным секторами, а также неразвитость инфраструктуры данных.

5) Для повышения эффективности стратегического управления на основе Big Data необходима интеграция аналитических платформ, инвестиции в человеческий капитал, развитие открытых государственных дата-ресурсов и формирование этической и нормативной базы по работе с данными.

Таким образом, Big Data представляет собой не только технологический ресурс, но и стратегический инструмент, способствующий росту, инновационному развитию и конкурентоспособности бизнеса в условиях цифровой экономики.

Список использованной литературы:

1. Лаптев В.Н., Чернышёв А.В. Big Data как инструмент повышения конкурентоспособности бизнеса. — М.: Экономика, 2021.
2. Центр стратегических разработок РФ. Цифровая трансформация экономики России: вызовы и возможности. — Москва, 2020.
3. Каримов Р.Х., Ахмедова С.И. Рақамли иқтисодиётда Big Data технологияларининг аҳамияти // Илмий хабарлар ТДИУ, №2, 2023.
4. O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi. Hisobot: raqamlashtirish holati. — Toshkent, 2024.
5. Ожегов Н.Ю. Управление цифровыми трансформациями в условиях Big Data // Вопросы экономики и права, №8, 2022.
6. Ахмедов Р., Холматова Д. Стратегическое значение Big Data в трансформации бизнеса Узбекистана // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар”, №1, 2024.