

Основные аспекты формирования стратегии компании в условиях цифровизации

Е.О. Ветошкина

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

Обоснование. В бизнесе цифровизация означает переход от традиционных методов работы к использованию цифровых технологий и инструментов для повышения эффективности и конкурентоспособности. Это может включать в себя автоматизацию процессов, использование облачных технологий, анализ данных, маркетинг в социальных сетях и многое другое. В условиях цифровизации конкуренция становится все более жесткой и динамичной [1, 2]. Компании, которые не готовы к изменениям, могут потерять свою рыночную позицию и выйти из бизнеса. Цифровые технологии позволяют создавать новые бизнес-модели, улучшать производительность и качество продукции, а также улучшать взаимодействие с клиентами. Конкурентное преимущество в условиях цифровизации может быть достигнуто только при условии использования современных технологий и построения эффективной цифровой стратегии. В целом формирование стратегии предприятия в условиях цифровизации требует большей гибкости, инновационности и адаптивности.

Цель — определить основные аспекты, способствующие формированию эффективной стратегии предприятия в условиях цифровизации.

Методы. Исследование цифровизации как одного из условий, в которых идет формирование стратегии, в стратегически значимом временном периоде основано на данных наблюдений за компаниями в разных отраслях, использующими этот аспект при проектировании и внедрении своих бизнес-процессов, внедрении соответствующих инноваций и модифицировании бизнеса. При этом используются статистическая сводка и корреляционный анализ. При исследовании успешности стратегий разных фирм в одних и тех же отраслях применяется сравнительный метод исследования.

Результаты. В процессе исследования выявлены следующие факторы, способствующие формированию успешной стратегии за счет цифровизации.

1. Инновации: компании должны постоянно обновлять свои продукты, услуги и бизнес-модели, чтобы оставаться конкурентоспособными в цифровой экономике.
2. Автоматизация: использование автоматизированных систем и технологий позволяет сократить затраты на производство и улучшить качество продукции.
3. Аналитика данных: компании должны активно использовать аналитические инструменты для сбора, обработки и анализа данных, чтобы принимать эффективные решения на основе фактов.
4. Цифровая маркетинговая стратегия: компании должны разрабатывать и реализовывать цифровые маркетинговые стратегии, чтобы привлекать и удерживать клиентов в условиях конкуренции.
5. Команда высококвалифицированных специалистов: компании должны иметь команду высококвалифицированных специалистов, которые могут эффективно работать с новыми технологиями и процессами.
6. Гибкость и адаптивность: компании должны быть гибкими и адаптивными к изменениям в рыночной среде и быстро реагировать на новые требования клиентов.
7. Культура инноваций: компании должны создавать культуру инноваций и стимулировать своих сотрудников к постоянному поиску новых идей и решений.

Выводы. Семь вышеперечисленных факторов помогают компаниям формировать эффективную стратегию в условиях цифровизации. Инновации и автоматизация позволяют снизить затраты и улучшить качество продукции, а аналитика данных помогает принимать оптимальные решения на основе фактов. Цифровая маркетинговая стратегия и команда высококвалифицированных специалистов позволяют привлекать и удерживать клиентов, а гибкость и адаптивность помогают быстро реагировать на изменения в рыночной среде. Культура инноваций стимулирует поиск новых идей и решений, что является ключевым фактором успеха в цифровой экономике. Все эти факторы вместе помогают компаниям

создавать устойчивое конкурентное преимущество и успешно конкурировать в условиях быстро меняющейся цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровизация; конкурентное преимущество; факторы цифровизации; стратегия предприятия.

Список литературы

1. Вайл П., Ворнер С. Цифровая трансформация бизнеса. Москва: Альпина Паблишер, 2022. 257 с.
2. Агафонова Т.В., Пирогова С.В. Цифровизация бизнес-процессов. Казань: КГЭУ, 2020.

Сведения об авторе:

Екатерина Олеговна Ветошкина — студентка, группа 7220-380302D, Институт экономики и управления; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: katavetoskina9@gmail.com