

Успешный бизнес в условиях цифровизации: формирование новых конкурентных преимуществ

Научный руководитель – Степанова Наталья Романовна

Шалина Дарья Сергеевна

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Высшая школа экономики и менеджмента, Екатеринбург, Россия

E-mail: d.shalina2011@yandex.ru

Распространение цифровизации происходит постоянно в глобальном масштабе. Цифровые инструменты используются не только на производстве, но и в повседневной жизни людей. С одной стороны, мы вынуждены и иногда даже принудительно используем новые технологии, так как без них сейчас не справиться. С другой стороны, цифровизация обладает рядом преимуществ, которые вызывают желание использовать различные возможности цифровых технологий.

Одно из таких достоинств - это скорость. Сегодня, здесь и сейчас, мы можем без труда и быстро заказать продукты/еду или встретиться с другом из другой страны, находящимся в другом регионе, через всевозможные онлайн-платформы. Цифровизация ускорила процессы как нашей жизнедеятельности, так и производственные бизнес-процессы.

Бизнес - это конкурентная среда, в которой постоянно требуется следить за изменениями и новыми трендами. Использование цифровизации ускоряет бизнес-процессы, но вместе с этим усиливается конкуренция. Конкурентная борьба в условиях цифровизации стала более агрессивной. Новые условия вызвали востребованность в учете новых факторов и формировании новых конкурентных преимуществ [1, 3].

Целью исследования является выявление новых конкурентных преимуществ для создания и поддержания успешного бизнеса в условиях цифровизации на основе изучения современных бизнес-трендов.

Основными методами исследования являются теоретические. Используется анализ, синтез, описание и обоснование данных.

Формирование производственного потенциала предприятия на основе конкурентных преимуществ происходит под влиянием внешних и внутренних факторов. К основным конкурентным преимуществам относят цену, сроки, опыт, авторитет и другие особые условия [6].

Цифровизация достаточно новое явление для предприятий, поэтому около 90% компаний имеют невысокий уровень цифровизации и около 40% не признали удобство цифровизации при ведении бизнеса. При этом принудительная цифровая трансформация в 2020 году, вызванная пандемией, повлекла за собой уход с конкурентного рынка многих компаний, успешных ранее [8].

Анализ различных источников показал с какими трудностями столкнулся бизнес в условиях цифровизации [4, 8]:

1. Отсутствие соответствующих специалистов;
2. Отсутствие стратегии цифровой трансформации;
3. Сложность реализации проектов трансформации;
4. Повышение потребности в безопасности;
5. Недостаточность бюджетных средств.

Указанные трудности выступают не только как факторы, мешающие или тормозящие цифровизацию, но и как причины потери конкурентных преимуществ. Грамотное решение

перечисленных проблем позволит компаниям выйти в лидирующие позиции. Чем раньше они будут готовы к высокому уровню цифровизации, тем больше конкурентных преимуществ у них будет далее в будущем. При этом не нужно фокусировать внимание только на вышеуказанных проблемах, необходим постоянный мониторинг изменений глобальных трендов, что позволит лучше понимать потребителя.

В различных источниках, представлены разные тренды современного бизнеса. Нами выделены три основных тренда:

1. Проектный подход в управлении;
2. Геймификация и виртуальная реальность;
3. Социальная вовлеченность.

Проектный подход в управлении применяется при условии сложности, комплексности и высокой стоимости задачи или проекта, чем и характеризуются проекты цифровой трансформации. При этом охватываются все сферы производства, что улучшает производительность и эффективность. Именно проектный подход позволяет реализовывать инновационные разработки в ограниченные сроки, что формирует явное конкурентное преимущество [5].

Инструменты геймификации, использование симуляторов и виртуальная реальность постепенно находят место в бизнесе. Они применяются для оптимизации бизнес-процессов внутри компании и для эффективного взаимодействия с клиентами. Это происходит за счет повышения интереса персонала или клиентов. Погружаясь в виртуальную реальность, участник проходит определенный процесс в игровом формате, приобретая профессиональные навыки (персонал) или лучше понимая продукт (клиент). Так повышается мотивация сотрудников предприятий и уровень лояльности потребителя [2].

Социальная вовлеченность набрала высокую популярность во время пандемии. Такие социальные сети как Инстаграм или Тик Ток перестали быть просто платформами для развлечения. В настоящий момент, данные эффективные способы продвижения продуктов и услуг, потому что эти сети посещают миллионы посетителей в месяц. Многие бренды начали взаимодействовать со своими клиентами через социальные сети. Например, в Тик Ток работают Yota, Nickelodeon, Red Bull, в Инстаграме - AMAZARA, Letterfolk, Outfitters [7, 9].

Анализ трудностей, возникающих у бизнеса при цифровой трансформации, показал, что они являются также и причинами утраты конкурентных преимуществ. Для решения проблем внедрения цифровых технологий требуется время, что и замедляет развитие компании по сравнению с другими, перешедшими в новые форматы работы. Так теряются лидирующие позиции.

Тем не менее мониторинг современных трендов может помочь бизнесу в быстром решении некоторых проблем и выхода в лидеры бизнеса. Например, с помощью геймификации, симуляции и виртуальной реальности можно обучить сотрудников необходимыми навыками и знаниями и разрешить вопрос отсутствия соответствующих специалистов. А благодаря проектному подходу можно решить проблему отсутствия стратегии цифровизации, так как цифровизация требует комплексного внедрения, а проектный подход это и обеспечивает.

Можно сказать, что использование современных трендов, вызванных цифровизацией, обеспечивает предприятия современными конкурентными преимуществами. Проектный подход - это внутренний фактор, формирующий такое конкурентное преимущество как сроки. Геймификация и виртуальная реальность, как внутренний фактор, формируют преимущество в опыте, как внешний фактор - преимущество в заинтересованности. Социальная активность есть внешний фактор, помогающий продвигаться на крупных социальных площадках и быть ближе к потенциальным клиентам. Так формируется конкурентное

преимущество быть «в тренде».

Таким образом, требуется внедрение новых методов в производство, менеджмент и маркетинг. По результатам исследования рекомендуется использовать проектный подход, геймификацию и социальную вовлеченность как инструменты формирования новых конкурентных преимуществ. В совокупности применение указанных инструментов помогут предприятиям выйти в лидеры рынка, благодаря воздействию на внутреннюю и внешнюю среду.

Источники и литература

- 1) Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Креативная экономика. 2018. №. 9. С. 1345-1358.
- 2) Годван Д.Ф. Геймификация. Применение игровых систем в бизнесе // Бизнес-образование в экономике знаний. 2019. № 2 (13). С. 28-31.
- 3) Карлыев С.Н., Комарова О.М. Особенности роста конкурентоспособности современного бизнеса в условиях цифровизации экономики и общества // Экономические исследования и разработки. Научно-исследовательский журнал. 2020. № 1. С. 105-109.
- 4) Осипова Р.Г. Цифровизация как конкурентное преимущество российских организаций // Вестник Академии знаний. 2020. Сер. 12. № 2 (37). С. 258-262.
- 5) Сидорова Н.П., Басова С.Н., Торопова Т.А. Применение проектного подхода в системе управления // Власть и управление на Востоке России. 2019. № 4 (89). С. 91-100.
- 6) Хайновская С.С. Конкурентные преимущества предприятия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 10-2. С. 79-82.
- 7) В Instagram уже 25 миллионов компаний: https://business.instagram.com/blog/25-million-businesses?locale=ru_RU
- 8) Исследование: Бизнес готов к цифровизации только наполовину: <https://rg.ru/2020/07/07/issledovanie-biznes-gotov-k-cifrovizacii-tolko-napolovinu.html>
- 9) TikTok для бизнеса: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/tiktok-dlya-biznesa/