

УДК 338.1

К.А. Дубовая

ООО «Интеллектуальный менеджмент», Санкт-Петербург, email: kdubovaia21@gmail.com

КАК СДЕЛАТЬ СВОЙ БИЗНЕС БОЛЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Ключевые слова: цифровая трансформация, бизнес, конкурентоспособность, инновации, цифровые технологии.

В мире, где технологии быстро развиваются, компании, способные внедрять новые идеи и технологии в свои продукты и процессы, обретают конкурентное преимущество. Проникновение информационных технологий во все сферы деятельности, включая бизнес-процессы, является ключевым трендом современной экономики. Цифровая трансформация стимулирует предприятия отходить от традиционных методов управления и искать новые подходы к повышению уровня конкурентоспособности на мировом рынке. Данная статья исследует воздействие цифровой трансформации на современный бизнес и предоставляет ключевые стратегии и методы, которые предприниматели могут использовать для укрепления позиций своих предприятий в условиях цифровой экономики. Статья обращает внимание на технологические инновации, способные повысить конкурентоспособность компаний, включая разработку эффективных веб-присутствий, использование социальных сетей, облачных технологий и аналитики данных. В работе обсуждается значимость культурных изменений и обучения сотрудников для успешной адаптации к цифровым изменениям, а также идеи для сохранения лидерских позиций в быстро меняющемся цифровом бизнес-мире. Статья рассматривает влияние цифровизации на конкурентную среду предприятия, а также формирование и внедрение новых методов и инструментов управления в цифровой экосистеме предприятия. Особое внимание уделяется рискам, связанным с цифровой трансформацией, таким как обработка больших объемов не оцифрованных данных, быстрое устаревание технологий, автоматизация контроля качества, недостаток знаний и внутреннее сопротивление персонала.

K.A. Dubovaya

IQrew Management LLC, Saint Petersburg, email: kdubovaia21@gmail.com

HOW TO MAKE YOUR BUSINESS MORE COMPETITIVE IN THE AGE OF DIGITAL TRANSFORMATION

Keywords: digital transformation, business, competitiveness, innovations, digital technologies.

In a world where technology rapidly advances, companies capable of integrating new ideas and technologies into their products and processes gain a competitive edge. The penetration of information technology into all spheres of activity, including business processes, is a key trend in the modern economy. Digital transformation incentivizes enterprises to depart from traditional management methods and seek new approaches to enhance competitiveness in the global market. This article explores the impact of digital transformation on contemporary businesses and provides key strategies and methods that entrepreneurs can utilize to strengthen their enterprises in the era of the digital economy. The article emphasizes technological innovations that can enhance companies' competitiveness, including the development of effective web presences, the use of social media, cloud technologies, and data analytics. The paper discusses the significance of cultural changes and employee training for successful adaptation to digital changes, as well as ideas for maintaining leadership positions in the rapidly evolving digital business world. The article examines the influence of digitization on the enterprise's competitive environment, along with the development and implementation of new management methods and tools in the digital ecosystem of the enterprise. Special attention is given to the risks associated with digital transformation, such as handling large volumes of non-digitized data, rapid technology obsolescence, quality control automation, knowledge gaps, and internal staff resistance.

Пандемия ускорила процесс цифровизации во всех сферах экономики, в том числе и в бизнесе. До 2020 года владельцы бизнеса использовали онлайн-продажи как дополнительный способ привлечения клиентов. Но сегодня руководители стремятся внедрять циф-

ровые технологии, чтобы оставаться актуальными на рынке. Внедрение цифровых технологий и стратегий для улучшения бизнес-процессов, оптимизации операций, улучшения клиентского опыта и укрепления позиций на рынке повышает не только уровень цифровой

зрелости, но и конкурентоспособность компаний. Во многих исследованиях отмечается проблема, связанная с отсутствием согласованного определения цифровой трансформации. Подробный анализ определений представлен в работах Д. Террара [1], Д. Шаллмо, К.А. Уильямс, Л. Бордмена [2], Э. Генриетты, М. Феки, И. Баугзала [3], Б.М. Гарифуллина, В.В. Зябрикова [4], И.М. Зайченко, А.В. Козлова, Е.С. Шитовой [5] и других. Согласно результатам этих исследований, цифровая трансформация представляет собой инновационную деятельность, осуществляемую посредством внедрения цифровых технологий в целях увеличения эффективности деятельности организации. Исследователи сходятся во мнении, что цифровая трансформация направлена на улучшение взаимодействия с потребителями и автоматизацию бизнес-процессов.

Результаты исследования

Цифровая трансформация всех сфер жизнедеятельности общества представляет собой необратимый тренд мирового социально-экономического развития. Цифровая трансформация – трансформация бизнеса путем пересмотра бизнес-стратегии, моделей, операций, продуктов, маркетингового подхода и целей путем принятия цифровых технологий. Признавая ценность развития и внедрения информационно-коммуникативных средств и технологий для повышения конкурентоспособности экономики России, президиум Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам 4 июня 2019 г. утвердил Национальную программу «Цифровая экономика Российской Федерации», направленную на цифровизацию страны, создание благоприятных условий для интенсивного развития субъектов предпринимательской деятельности [6].

Одним из первых и решающих изменений стали перемены в рабочих моделях, когда организации перешли на удаленную работу или гибридную модель. Для организаций это оказалось вполне жизнеспособным и эффективным решением: они смогли использовать для эффективного обслуживания своих заказчиков новейшую технологическую инфраструктуру. Согласно отчету KMPG,

в мире 73% главных исполнительных директоров считают, что удаленная работа значительно расширяет кадровые резервы, и в некоторых странах этот показатель приближается к 90%. Более того, 77% говорят, что они будут продолжать применять и развивать инструменты цифрового сотрудничества, которые уже начали использовать. В России до 60% сотрудников намерены и после пандемии полностью или частично работать из дома удаленно. Таковы результаты исследования, проведенного консалтинговой компанией BCG и альянсом рекрутинговых сервисов The Network при участии сервиса HeadHunter. Однако большинство респондентов предпочитают гибридную модель. Лишь четверть опрошенных в мире и 23% респондентов из России хотели бы перейти на полностью удаленную работу. В период пандемии с помощью гибридного облака компании смогли унифицировать свои ИТ-среды и масштабировать свою рабочую модель в соответствии с потребностями бизнеса. Сотрудники получили возможность выполнять новые рабочие задачи и оставаться активными участниками бизнес-процессов своих организаций.

SEO (поисковая оптимизация), контент-маркетинг, социальные сети и реклама являются ключевыми стратегиями цифрового маркетинга. Компания «Яндекс» эффективно использует SEO для увеличения видимости своих сервисов в поисковых результатах, а также контекстную рекламу для привлечения клиентов к своим онлайн-продуктам. Крупнейшая интернет-компания в России предоставляет широкий спектр онлайн-сервисов, включая поисковую систему, карты, музыкальный стриминг и другие. С помощью креативных фотографий и видеороликов, а также эффективной оптимизации для поисковых запросов, Airbnb продвигает уникальные и автентичные опыты, которые можно забронировать через их платформу. Airbnb создал успешную контент-маркетинговую кампанию под названием «Airbnb Experiences». Coca-Cola создали персонализированные банки с именами клиентов и распространили фотографии этих банок через социальные сети. Nike создает эмоционально насыщенные рекламные

кампании, используя известных спортсменов и актуальные социокультурные темы. Лидер авиационной индустрии на российском рынке "Аэрофлот" создает креативный контент, например видеоролики для привлечения внимания к своим услугам, и проводит рекламные кампании в различных медийных каналах. Kaspersky Lab, международная компания по кибербезопасности, активно использует контент-маркетинг для создания полезных статей, блогов и инфографики о кибербезопасности. Ключевым элементом успешных маркетинговых кампаний является создание качественного, уникального контента, который вызывает эмоциональное реагирование аудитории. Все вышеперечисленные компании иллюстрируют активное применение рекламы в социальных медиа для продвижения своих новых продуктов и услуг, что является наглядным примером использования инструментов цифрового маркетинга.

В условиях цифровой трансформации компании внедряют чат-ботов, искусственный интеллект и аналитику для улучшения клиентского обслуживания и ускорения процесса решения проблем [7]. Сбербанк активно инвестирует в цифровые технологии, включая разработку удобных мобильных приложений для банковских услуг. Тинькофф Банк использует чат-ботов для общения с клиентами и решения их запросов. Благодаря инструментам цифровой трансформации банк успешно оптимизировал свою работу, отказавшись от физических отделений. Компания Apple использует искусственный интеллект в Siri (голосовом помощнике) и чат-ботов для обработки запросов пользователей и предоставления поддержки.

Платежная система «Яндекс.Деньги» предоставляет мобильное приложение и кошелек, который можно использовать для оплаты товаров и услуг онлайн. Сервис мобильных платежей Apple Pay позволяет пользователям iPhone и Apple Watch оплачивать покупки в магазинах и онлайн, используя свои устройства. Разработка и внедрение цифровых платежных решений и мобильных кошельков значительно упрощает процесс оплаты и транзакций, наличный расчет отходит на второй план.

Следующее направление цифровой трансформации – использование онлайн-курсов, вебинаров и электронных образовательных ресурсов для обучения и развития сотрудников. Газпромбанк использует корпоративную версию платформы "Coursera" для обучения сотрудников, предоставляя доступ к курсам от университетов и экспертов. Компания Microsoft использует платформу LinkedIn Learning для обучения сотрудников, предоставляя доступ к более чем 16000 курсам по различным темам.

Один из крупнейших маркетплейсов в России "Яндекс.Маркет" предоставляет возможность сравнения товаров и выбора лучших предложений от различных продавцов. Крупнейший российский онлайн-магазин "Wildberries" работает на модели маркетплейса и предлагает миллионы товаров от тысячи независимых продавцов. Мировым лидером в сфере электронной коммерции, предоставляющий широкий ассортимент товаров и услуг, включая продукты собственного производства и товары от сторонних продавцов является компания "Amazon". Все эти компании работают на онлайн-платформах для продажи товаров и услуг, интегрируя сторонних поставщиков и улучшая пользовательский опыт.

Использование аналитических инструментов для обработки больших объемов данных, помогает выявить тенденции, предсказать поведение клиентов и принять обоснованные бизнес-решения. Компания "Google" использует аналитику и большие данные для улучшения своих поисковых алгоритмов, а также для анализа поведения пользователей на платформах Google, таких как YouTube и Google Maps. Яндекс использует большие данные для оптимизации своих поисковых и рекламных алгоритмов, а также для разработки новых продуктов и сервисов.

В период цифровой трансформации компании активно применяют блокчейн для обеспечения безопасности транзакций, управления цепочками поставок и обеспечения прозрачности в бизнес-процессах. Например, крупная криптовалютная биржа Binance разрабатывает свою собственную блокчейн-платформу (Binance Chain) и криптовалюту (Binance Coin).

Таблица 1

Показатели цифровой зрелости компании

Внешние показатели	Внутренние показатели
Представление компании на онлайн-площадках (сайт, соцсети, приложение)	Организация работы отдела кадров (подключение сервисов документооборота, обработки и хранения персональных данных)
Онлайн-продвижение (контекстная и таргетированная реклама)	Место хранения данных компании (облачная CRM-система или хранилище данных)
Настройка цифровых сервисов коммуникации (онлайн-чат, Telegram канал)	Организация общения между сотрудниками и отделами (рабочие онлайн-чаты WhatsApp, Telegram)
Оптимизация процесса покупки товара или услуги (оформление онлайн заказа, оплата в один клик)	Развитие IT-инфраструктуры компании (возможность удаленной работы, единая цифровая площадка для взаимодействия сотрудников)

Применение роботизированных систем и автоматизированных производственных линий способствует увеличению производительности и снижению ошибок в процессе производства. Росатом активно использует автоматизированные системы в ядерной энергетике, включая управление процессами на атомных станциях и системы безопасности. Газпромнефть внедряет автоматизированные технологии в добыче нефти и газа, включая мониторинг оборудования и оптимизацию производственных процессов. А зарубежная компания Tesla использует автоматизированные производственные линии для сборки электрических автомобилей, включая роботизированные системы для сборки компонентов. Комбинация различных стратегий и их креативное использование помогают компаниям достичь большей видимости, привлечь внимание клиентов и увеличить продажи.

Одним из начальных этапов реализации цифровой трансформации на микроуровне выступает определение текущего уровня цифровой зрелости компании [7]. Цифровая зрелость и цифровая трансформация тесно связаны, потому что цифровая зрелость оценивает уровень, на котором компания способна адаптироваться и использовать цифровые технологии, в то время как цифровая трансформация представляет собой процесс, направленный на увеличение этой цифровой зрелости. Путем цифровой трансформации бизнес стремится увеличить свою цифровую зрелость, оптимизировать свои бизнес-процессы и стать бо-

лее конкурентоспособным в цифровой экономике [8]. Цифровая зрелость складывается из внутренних и внешних показателей компании (табл.1).

В условиях цифровой трансформации современный бизнес сталкивается с различными проблемами и вызовами такими как: кибербезопасность, нехватка квалифицированных специалистов, сопротивление со стороны персонала и другие. Следует отметить, что цифровая трансформация – это не одноразовое событие, а непрерывный процесс. Для успешного решения всех задач необходим комплексный подход и разработка грамотной стратегии в соответствии с конкретными целями бизнеса, которая будет способствовать более эффективному предоставлению услуг. Цифровая трансформация, учитывая потребности и запросы рынка, становится ключевым фактором в обеспечении конкурентоспособности компании в условиях свободной конкуренции [9]. Эффективное использование цифровых инструментов позволяет компаниям оставаться конкурентоспособными, предоставляя инновационные решения и высокий уровень обслуживания, что в итоге способствует удержанию позиций на рынке и привлечению новых клиентов. Конкурентоспособность – это способность предоставлять продукты и услуги так же или более эффективно и результативно, чем конкуренты. Конкурентоспособность обычно относится к преимуществу, получаемому за счет более высокой производительности товаров и / или услуг, и поэтому это определение концепту-

ализируется как способность фирмы оставаться на рынках в условиях почти свободной конкуренции [10].

Цифровая трансформация предоставляет бизнесам уникальные возможности для повышения уровня конкурентоспособности. Для того, чтобы внедрить новые технологии и оптимизировать бизнес-процессы в условиях цифровой трансформации необходимо уделить внимание следующим аспектам:

- *Понимание цифровых технологий:* применение новых технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей, анализ данных и блокчейн в вашем бизнесе.

- *Анализ рынка и конкурентов:* использование аналитических инструментов для мониторинга рынка и действий конкурентов.

- *Цифровой маркетинг и продвижение:* расширение аудитории и повышение узнаваемости бренда с помощью социальных сетей, контент-маркетинга, SEO и других цифровых каналов.

- *Пользовательский опыт:* разработка понятного веб-сайта или мобильного приложения для клиентов, улучшение пользовательского опыта и интерфейса.

- *Автоматизация и оптимизация бизнес-процессов:* внедрение программного обеспечения для автоматизации бизнес-процессов.

- *Большие данные и аналитика:* полученные знания помогут понять потребности клиентов и предоставлять более персонализированные услуги.

- *Инновации и гибкость:* развитие новых продуктов и услуг, адаптация к изменениям в рыночных требованиях и гибкие условия для клиентов.

- *Кибербезопасность:* обеспечение надежной защиты данных клиентов и бизнес-процессов.

- *Сотрудничество и партнерства:* усиление цифровых возможностей и расширение ассортимента услуг.

- *Обучение и развитие:* инвестиции в обучение сотрудников.

Цифровая трансформация направлена на усовершенствование существующих бизнес-процессов и в то же время на создание конкурентных преимуществ, за счет изменения и создания новых бизнес-процессов внутри предприятия [11]. Важно подчеркнуть, что

для цифровой трансформации недостаточно наличия online ресурсов и технологий, необходимо еще и формирование системы требований по их созданию и применению. Критическим аспектом является выстраивание этой стратегии в соответствии с бизнес-целями компании. Как правило, генеральный директор и топ-менеджмент определяют стратегические цели компании и вырабатывают видение, как цифровые технологии могут улучшить производительность, повысить эффективность и создать конкурентные преимущества. IT-специалисты определяют технические аспекты цифровой трансформации и предлагают подходящие технологии и платформы. Непосредственное участие в процессе цифровой трансформации компании принимают HR-специалисты. Они оказывают поддержку персоналу в адаптации к новым технологиям и процессам. Эффективная цифровая трансформация требует тесного сотрудничества между разными отделами и экспертами, чтобы разработать комплексный подход к использованию цифровых технологий для достижения стратегических целей бизнеса.

Выводы

В заключение проведенного исследования можно сделать вывод, что цифровая трансформация предоставляет бизнесу целый ряд значительных преимуществ. Эти результаты подчеркивают важность интеграции цифровых технологий в современные бизнес-процессы. Переход к цифровой экосистеме обогащает взаимодействие между бизнесом и клиентами, ускоряет удовлетворение потребительских запросов и стимулирует к покупке. Автоматизация внутренних коммуникаций снижает трудозатраты, повышает качество обслуживания и способствует созданию новых инструментов продаж. Одновременно цифровая трансформация бизнеса обогащает качество продукции, оптимизирует процессы доставки и оплаты, делая взаимодействие между компанией и клиентами более эффективным и удовлетворительным. Таким образом, интеграция цифровых инноваций становится неотъемлемой частью успешной стратегии развития предприятий в современном мире.

Цифровизация бизнеса – это сложный и многогранный процесс, требующий грамотного планирования, внимания к персоналу и клиентам, а также готовности к постоянным изменениям и обучению. Правильно подобранные технологии в сочетании с компетенциями сотрудников, процессами и операциями позволяют организациям быстро адаптироваться к сложным ситуациям, использовать перспективные возможности,

удовлетворять новые и меняющиеся потребности клиентов, стимулировать рост и внедрять инновации. Инновации способствуют улучшению качества продукции и клиентского опыта, оптимизации производственных процессов. Обязательно стоит учитывать отзывы и мнения пользователей при формировании цифровых решений, так как они имеют опыт использования продуктов и услуг компании.

Библиографический список

1. Terrar D. What is digital transformation? 2015, February. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theagileelephant.com/what-is-digitaltransformation>. (дата обращения: 02.10.2023).
2. Schallmo D., Williams C.A., Boardman L. Digital Transformation of Business Models – Best Practice, Enablers, and Roadmap // World Scientific Book Chapters, Chapter 5. In: Joe Tidd (ed.), Digital Disruptive Innovation. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd, 2019. P. 119-138.
3. Henriette E., Feki M., Boughzala I. The Shape of Digital Transformation: A Systematic Literature Review // Proceedings of the Ninth Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS) Samos, Greece, 2015. P. 1-7.
4. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Креативная экономика. 2018. № 9. С. 1345-1358.
5. Зайченко И.М., Козлов А.В., Шитова Е.С. Драйверы цифровой трансформации бизнеса: Понятие, виды, ключевые стейкхолдеры // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2020. № 5. С. 38-49.
6. «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/ (дата обращения 01.10.2023).
7. Полянин А.В., Головина Т.А., Вертакова Ю.В. Цифровая трансформация деятельности предпринимательских структур // Экономика. Информатика. 2018. № 4. С. 632-641.
8. Абдрахманова Г.И., Вишневецкий К.О., Гохберг Л.М. и др. Цифровая трансформация: ожидания и реальность. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. 221 с.
9. Боркова Е.А. Подкатилина В.А. Завьялова П.Е. Динамика развития малого и среднего бизнеса: проблемы и перспективы. // Государственный советник. 2020. № 2 (26). С. 83.
10. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.В. Дмитриева. М.: Астрель, АСТ, 2003. 592 с.
11. Балахонова И.В. Оценка цифровой зрелости как первый шаг цифровой трансформации процессов промышленного предприятия: монография. Пенза: Изд-во Пензенского государственного университета, 2021. 276 с.