

Список использованных источников

1. Хорикири, Т. Код Toyota. Секреты самого сильного производства в мире / Т. Хорикири. – М. : Синергия, 2019. – 304 с.

С. Л. Тришина

магистр экономических наук, ассистент

БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОД КАЧЕСТВА

В эпоху цифровизации (шестой технологический уклад) меняются представления о конкурентных преимуществах предприятий, особенно в сфере высоких технологий (электронной отрасли): происходит переход от моделей, основанных на эффективности производственных факторов и специализации, к моделям, основанным на знаниях и компетенциях [1].

Сущность цифровой трансформации и механизмы ее осуществления рассматриваются в работах Г. Н. Андреева, Т. А. Гилева, Ю. И. Грибанова, В. С. Овчинского и др. Среди авторов, которые рассматривали проблематику цифровой трансформации, можно выделить Г. Шу, Р. Андерла, Дж. Паркера, М.Альстина, Т.Салдана, М.Уэйда, Д.Лаукса [1].

Приведем одно из известных определений цифровой трансформации. Ю. И. Грибановым она трактуется как процесс коренного преобразования концепции и формата функционирования социально-экономических систем всех уровней, отличие которого состоит в дуалистическом рассмотрении цифровой трансформации: с одной стороны, как технико-экономический процесс оцифровки (перевод всех ресурсов в цифровой формат, внедрение и формирование пула цифровых технологий), с другой – как организационно-экономический процесс цифровизации (создание сетевых сервисных платформ интеграции и взаимодействие пользователей цифровых технологий). Данное определение можно отнести к технологическому и отраслевому подходам [1].

Анализируя вышеприведенное определение цифровой трансформации, можно выделить, что цифровая трансформация – технологическая подготовка производства и собственного процесса производства инновационных продуктов.

Исследование рынков, сегментирование, разработка, создание продукта необходимого для удовлетворения нужд и потребностей потребителей, – это определенные этапы, включающие разработку продукта, процесса производства инновационных продуктов. Для того чтобы продукт был на рынке конкурентоспособным и востребованным, необходимо не только применять инструменты маркетинга при выведении на рынок и продвижении, но и делать акцент изначально на качестве. Качественный продукт, доступность и достоверная информация играют важную роль среди игроков на рынке конкурентов.

Разработанная Государственная программа в соответствии с приоритетными направлениями социально-экономического развития республики до 2025 г. направлена на внедрение информационно-коммуникационных и передовых производственных технологий в отрасли национальной экономики и сферы жизнедеятельности общества.

Белорусские предприятия смогут выйти на другой уровень как с точки зрения выпускаемой продукции, так и с точки зрения новой организации производства на базе цифровых технологий, в том числе реализовывая данную программу.

В настоящее время на территории Республики Беларусь разрабатываются в том числе цифровые продукты (цифровые платформы). С целью выведения на рынок цифрового продукта необходимо также уделять внимание качественному контенту, информация которого подтвердит ценность и полезность предоставления предложения.

Список использованных источников

1. Балахонова, И. В. Оценка цифровой зрелости как первый шаг цифровой трансформации процессов промышленного предприятия : моногр. / И. В. Балахонова. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. – 276 с.