

Чжоу Синбо

магистрант

Московский педагогический государственный университет

**ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМУЛИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ
КОМПАНИЙ**

Аннотация: В статье рассказывается про вызовы и возможности формулирования стратегии технологического развития, приводятся виды факторов развития бизнеса, раскрывается три принципа развития стратегии на примерах зарубежных компаний.

Ключевые слова: стратегия, цифровизация, коллективизм.

Zhou Xingbo

master's degree student

Moscow Pedagogical State University

**CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF FORMULATING A
STRATEGY FOR TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF
INTERNATIONAL COMPANIES**

Abstract: : The article describes the challenges and opportunities of formulating a strategy for technological development, provides types of business development factors, reveals three principles of strategy development using examples of foreign companies.

Keywords: strategy, digitalization, collectivism.

Международный бизнес повседневно сталкивается с различными вызовами и проблемами. Это могут быть такие проблемы, как размен

валюты, политические и экономические преграды, культурные различия клиентов в многонациональных странах (к примеру, Индия) и другие.

В момент формирования стратегии технологического бизнеса международные компании задействуют все возможные варианты развития событий. К примеру, в многонациональной стране при ведении бизнеса руководство учитывает преобладание в культурных обычаях такого понятия как коллективизма.

Коллективизм – принцип, при котором общественное мнение и благополучие ставится выше всего.

Американский теоретик менеджмента П. Комер различил несколько видов факторов, которые помогают бизнесу определить возможности возникновения успеха на международном уровне. Эти факторы помогают бизнесу и в обычных условиях, и в условиях внедрения технологий.

- Факторы выталкивания

Происходят при невозможности развития бизнеса в связи с низким уровнем показателей цены.

- Факторы втягивания

Возникают при существовании лучших условий для бизнеса за рубежом.

Эти факторы применяют как международные компании при развитии и выходе на другой рынок, так и отечественные, выходя на международный рынок.

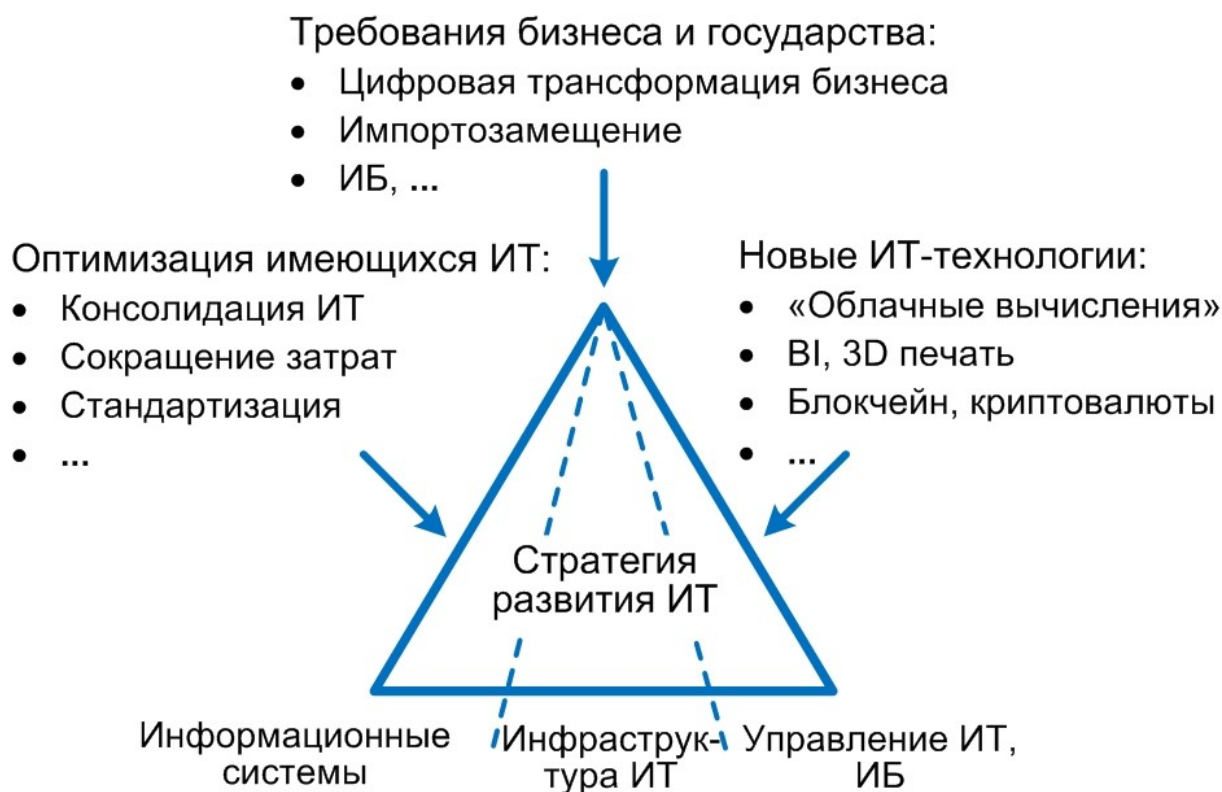


Рис. 1 – пример стратегического плана реализации стратегии развития ИТ в международных компаниях

Существует три принципа стратегии внедрения цифровизации в развитии международных компаний.

Анализ целей стратегии

Здесь может применяться цифровое преобразование. К примеру, фирма ProcterGamble поставила в 2012 году цель стать самой цифровой компанией в мире. Однако к ситуации экономического кризиса компания не была готова, потому что руководство не смогло чётко оценить все возможности на цифрах и графиках. Бизнесу не хватило технологий.

Заинтересованность руководства

Мотивация в развитии технологичного производства – важный фактор. К примеру, Эрик Шмидт, председатель совета директоров Google

был настолько замотивирован в формулировании стратегии технологического развития компании, что пошагово со сроками расписал каждое действие. Казалось бы, что такой масштабной и известной компании можно совершить прорыв даже без чёткого плана. Но при этом компания все равно всегда придерживается чёткой стратегии, которая выводит её на высший уровень.

Корпоративная культура

В 2012 году компания Adobe поставила цель перейти от классической модели программного обеспечения к бизнес-модели обслуживания на базе платной подписки для пользователей. Для достижения этого у сотрудников был специально разработана программа «Опыт-а-тон». С помощью нее они ставили себя на место пользователей. Получается, что первыми пользователями платной подписки Adobe были сотрудники компании, которые обеспечили для клиентов профессиональную обратную связь через свой опыт. Таким образом компания быстрее совершила цифровую трансформацию.

Использованные источники:

1. Бакланова Е.М. Эволюция инструментов и методов маркетинговой коммуникации в сети Интернет // Вопросы современной науки и практики, 2020.
2. Василенко Н.В. Цифровая экономика: концепции и реальность // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2019.

3. Введение в «Цифровую» экономику / А.В. Кешелава, В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; под общ. ред. А.В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И.А. Зимненко. – ВНИИГеосистем, 2017.
4. Ланьшина Т.А., Баринова В.А., Логинова А.Д., Лавровский Е.П., Понедельник И.В. (2019) Опыт локализации и внедрения целей устойчивого развития в странах – лидерах в данной сфере // Вестник международных организаций. Т. 14. № 1.
5. Скорятина Е.А., Соболев Р.К. Особенности формирования и становления цифровой экономики // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017.