

数字化时代企业竞争力提升策略研究

张 强

(山西工商学院,山西太原 030036)

[摘要]随着信息技术的飞速发展,数字化时代已然来临,深刻改变了企业的经营环境与竞争格局。本文深入剖析数字化时代企业竞争力的新内涵,阐述数字化技术对企业竞争力提升的多维度驱动作用,包括创新能力、效率优势、客户导向和风险抵御等核心要素的强化。通过对多行业企业数字化转型实践的案例分析,总结成功经验与面临的挑战,并从战略规划、技术应用、组织变革、人才培养等方面提出针对性的企业竞争力提升策略,旨在为企业在数字化浪潮中把握机遇、提升竞争力、实现可持续发展提供理论支持与实践指导。

[关键词]数字化时代;企业竞争力;创新能力;策略

[作者简介]张强(1997—),男,山西工商学院助教,研究方向:经济学、企业经济。

[DOI] <https://doi.org/10.62662/jjxk0103004>

[中图分类号] F272

[本刊网址] www.oacj.net

[投稿邮箱] jjxk333@163.com

引言

在当今全球化和信息化的背景下,数字化技术以前所未有的速度渗透到企业运营的各个环节,从根本上改变了企业的生产方式、管理模式以及市场竞争规则。云计算、大数据、人工智能、物联网等新兴技术的广泛应用,为企业带来了无限的发展机遇,同时也使企业面临着更为激烈的竞争挑战。如何在数字化时代充分利用数字化技术,提升企业自身竞争力,实现可持续发展,已成为众多企业管理者关注的核心议题。数字化浪潮下,企业转型需求迫在眉睫。一方面,消费者需求日益多样化和个性化,市场变化迅速,企业必须紧跟市场步伐,通过数字化转型提供更加个性化、智能化的产品和服务,以满足消费者需求。另一方面,在竞争激烈的市场环境中,数字化转型是企业提升竞争力的重要手段,能够帮助企业提高生产效率、降低成本、优化供应链管理。此外,新技术的不断涌现,如云计算、大数据、人工智能等,为企业带来了全新的发展机遇,企业必须将这些新技术融入运营,提高创新能力和运营效率。深入研究数字化时代企业竞争力提升问题,不仅具有重要的理论价值,能丰富和完善企业竞争力理论体系,还对指导企业实践具有深远意义。当前,虽然众多学者已对数字化与企业竞争力的关系进行了初步探讨,但在具体实施策略等方面仍存在诸多空白。本研究旨在填补这一空白,结合具体行业和企业案例,提出切实可行的策略,为企业提供有针对性的指导建议,助力企业在数字化时代制定和实施有效战略,保持竞争优势,实现可持续发展。

一、数字化时代企业竞争力的内涵与核心要素

(一)竞争力内涵的演变

传统意义上,企业竞争力主要依赖于资源禀赋、规模效应、品牌影响力和成本控制等静态要素。企业通过大规模生产降低成本,凭借品牌知名度获取市场份额。然而,在数字化时代,这些要素的重要性虽未消失,但企业竞争力的内涵已得到极大拓展和深化,更强调数字能力的构建与运用。数字化时代的企业竞争力,涵盖了利用数字技术实现快速创新、高效运营、精准洞察客户需求以及有效应对风险等动态能力。企业需具备快速整合内外部数据资源,通过数据分析挖掘市场机会、优化业务流程、创新产品与服务的能力,以适应快速变化的市场环境。

(二)数字化时代企业竞争力的核心要素

创新是数字化时代企业发展的核心驱动力。数字化技术为企业创新提供了丰富的资源和强大的工具。企业能够借助大数据分析深入了解市场趋势和客户需求,从而精准定位创新方向。通过云计算和人工智能技术,企业可以加速产品研发过程,实现产品的快速迭代和更新。如互联网企业通过对用户行为数据的分析,不断推出符合用户个性化需求的产品功能,保持市场领先地位。数字化技术还打破了企业内部和外部的边界,促进了企业与供应商、合作伙伴以及客户之间的协同创新,拓展了创新的广度和深度。

数字化转型促使企业运营流程的全面优化与再造,极大提升了运营效率。自动化和智能化技术的应用,减少了人工干预和繁琐的重复性工作。例

如,自动化的订单处理系统可在瞬间完成订单接收、处理、分配和发货通知等流程,大幅缩短订单处理时间,降低出错率。借助企业资源规划(ERP)软件,企业能实时监控和管理原材料采购、生产计划、库存管理等环节,实现资源的精准配置和高效利用,避免库存积压和生产延误,降低运营成本。数字化办公平台的普及,打破了时间和空间限制,使企业内部沟通协作更加便捷高效,进一步提升了整体运营效率。

在数字化时代,客户的话语权日益增强,客户体验成为企业竞争的关键。企业通过数字化手段能够全方位、深层次地了解客户需求。数字化客户关系管理(CRM)系统整合客户基本信息、购买历史、偏好等数据,形成客户360度视图,助力企业对客户进行细分,为不同客户提供定制化产品推荐、营销活动和服务方案,实现精准营销和个性化服务。电商平台依据客户浏览和购买记录推荐商品,金融机构为客户定制理财方案,都显著提高了客户满意度和忠诚度。同时,数字化渠道的拓展,如网站、移动应用、社交媒体等,使客户能随时随地获取企业产品信息并进行咨询和购买,企业也可实现服务的智能化和自动化,如智能客服机器人提供24/7不间断服务,有效提升客户服务质量。

数字化技术为企业风险防控提供了有力支持。企业可利用大数据分析实时监测市场动态、行业趋势以及企业内部运营状况,提前识别潜在风险因素,如市场需求波动、供应链中断风险等。通过建立风险预警模型和应对预案,企业能够及时采取措施,降低风险损失。在供应链管理中,物联网技术可实现对货物运输状态的实时跟踪,区块链技术保障供应链数据的真实性和不可篡改,提高供应链的透明度和稳定性,增强企业抵御供应链风险的能力。数字化技术还助力企业优化财务管理,通过财务数据分析及时发现财务风险隐患,加强资金管理,提高企业财务稳健性。

二、数字化技术对企业竞争力提升的驱动作用

(一)创新能力的强化

数字化技术为企业创新营造了全新的环境,提供了强大的支撑。大数据技术使企业能够收集海量的内外部数据,包括市场数据、客户数据、行业数据等。通过对这些数据的深度挖掘和分析,企业可以精准洞察市场需求的变化趋势,发现潜在的市场机会和客户需求痛点,为产品和服务创新提供明确方向。人工智能技术在产品研发中的应用,如机器学习算法可用于优化产品设计、模拟产品性能,缩短研发周期,降低研发成本,同时提高产品创新的成功率。云计算技术则为企业提供了灵活的计算

资源和存储能力,方便企业与外部科研机构、合作伙伴进行协同创新,整合各方创新资源,加速创新成果的转化和应用。

(二)效率提升与成本降低

在生产制造环节,数字化技术推动了生产过程的自动化和智能化。工业机器人、自动化生产线的广泛应用,不仅提高了生产效率,还提升了产品质量的稳定性和一致性。通过引入智能制造系统,企业能够实现生产过程的实时监控和优化,根据订单需求灵活调整生产计划,减少生产过程中的浪费,降低生产成本。在企业管理方面,数字化管理系统实现了企业资源的集中管理和高效调配。例如,ERP系统整合了企业财务、人力资源、采购、销售等各个业务模块,实现了数据的实时共享和业务流程的自动化,减少了人工操作带来的错误和时间浪费,提高了企业整体运营效率。同时,数字化办公工具的普及,如即时通讯软件、在线文档协作平台等,使企业内部沟通协作更加高效,进一步提升了工作效率。

(三)客户体验优化

数字化技术使企业与客户之间的互动更加紧密和便捷。企业通过建立多渠道的客户沟通平台,如社交媒体、在线客服、移动应用等,能够实时了解客户的需求和反馈。基于大数据分析的客户画像技术,帮助企业深入了解客户的兴趣爱好、消费习惯和购买行为,从而为客户提供个性化的产品推荐和服务。电商平台根据客户的浏览历史和购买记录,为客户精准推送符合其需求的商品,大大提高了客户购物的便利性和满意度。数字化技术还支持企业实现服务的智能化升级,如智能客服机器人能够快速响应客户的常见问题,提供及时准确的解决方案,提升客户服务体验。通过优化客户体验,企业能够增强客户对品牌的认同感和忠诚度,促进客户的口碑传播,进而提升企业的市场竞争力。

(四)风险防控能力增强

在数字化时代,企业面临的内外部环境更加复杂多变,风险因素增多。数字化技术为企业提供了全面、实时的风险监测和预警手段。企业可以利用大数据分析技术对市场数据、行业数据、竞争对手数据等进行实时监测和分析,及时发现市场趋势的变化、竞争对手的动态以及潜在的风险因素。通过建立风险预警模型,当风险指标达到预警阈值时,系统自动发出预警信号,提醒企业管理层及时采取措施进行风险防范。在供应链风险管理方面,物联网技术实现了对供应链各个环节的实时监控,企业可以实时掌握货物的运输状态、库存水平等信息,及时发现供应链中断等风险,并采取相应的应对措施,

如调整采购计划、优化物流配送方案等,保障供应链的稳定运行。数字化技术还帮助企业加强内部风险管理,通过对企业内部运营数据的分析,及时发现管理漏洞和潜在风险,加强内部控制和合规管理。

三、数字化时代企业竞争力提升策略

(一)制定数字化战略规划

企业应将数字化战略提升到企业发展的核心层面,紧密结合自身的发展愿景、市场定位和业务特点,制定长期且具有前瞻性的数字化战略规划。这一规划需明确数字化转型的目标、路径和实施步骤,确保数字化技术能够全方位、深层次地融入企业的各个业务环节和管理流程。企业要对市场趋势、技术发展方向进行持续跟踪和深入研究,及时调整数字化战略,以适应不断变化的外部环境。

(二)加强数字化技术应用与创新

积极引入云计算、大数据、人工智能、物联网等先进的数字化技术,根据企业实际需求进行合理配置和深度应用。利用大数据技术进行精准的市场分析和客户洞察,为企业的产品研发、市场营销和客户服务提供数据支持。借助人工智能技术实现生产过程的智能化控制、业务流程的自动化处理以及客户服务的智能化升级。通过物联网技术实现设备的互联互通和远程监控,提高生产效率和管理水平。同时,企业要加大对数字化技术研发的投入,鼓励内部创新,探索适合自身发展的数字化应用场景和商业模式,形成独特的竞争优势。

(三)推动组织变革与流程优化

为适应数字化时代的快速变化和高效协作需求,企业需对传统的组织结构进行优化和变革,向扁平化、网络化的组织架构转变。减少管理层级,打破部门壁垒,促进信息在企业内部的快速流通和共享,提高决策效率和响应速度。建立跨部门的数字化项目团队,负责数字化转型项目的推进和实施,加强各部门之间的协同合作。对企业的业务流程进行全面梳理和优化,去除繁琐的环节和不必要的流程,利用数字化技术实现业务流程的自动化和智能化,提高企业运营效率和质量。

(四)培养数字化人才队伍

数字化人才是企业数字化转型和提升竞争力的关键支撑。企业要制定完善的数字化人才培养计划,通过内部培训、外部进修、在线学习等多种方式,提升员工的数字化素养和技能水平。针对不同岗位的员工,设计个性化的培训课程,使员工能够熟练掌握与工作相关的数字化工具和技术。加大对数字化专业人才的引进力度,吸引具有大数据分析、人工智能开发、数字化营销等专业技能的人才加入企业。建立健全人才激励机制,通过薪酬激

励、晋升机会、职业发展规划等方式,激发员工的积极性和创造力,留住优秀的数字化人才。

(五)强化客户关系管理与服务创新

在数字化时代,客户关系管理的重要性愈发凸显。企业要借助数字化技术建立全方位、多层次的客户关系管理体系,整合客户数据,深入了解客户需求 and 行为特征,为客户提供个性化的产品和服务。利用社交媒体、在线客服等数字化渠道,加强与客户的互动和沟通,及时响应客户的反馈和投诉,提高客户满意度和忠诚度。持续进行服务创新,引入新的服务理念 and 模式,如基于物联网的产品远程运维服务、基于大数据的个性化定制服务等,为客户创造更多的价值,提升企业在客户心目中的形象和地位。

(六)促进供应链数字化协同

供应链的数字化协同是提升企业竞争力的重要环节。企业要利用数字化技术实现供应链各环节的信息共享和协同运作,与供应商、合作伙伴建立紧密的战略合作伙伴关系。通过物联网技术实时监控供应链中的物流、信息流和资金流,实现供应链的可视化管理。利用大数据分析预测市场需求,优化库存管理,降低库存成本。借助区块链技术保障供应链数据的真实性和安全性,提高供应链的透明度和可信度。通过供应链数字化协同,提高企业对市场变化的响应速度,降低供应链风险,提升企业整体竞争力。

四、结论

在数字化时代,企业竞争力的内涵与外延发生了深刻变化,创新能力、效率优势、客户导向和风险抵御成为核心要素。数字化技术从多个维度驱动企业竞争力提升,众多企业的成功实践也充分证明了数字化转型的巨大价值。然而,企业在数字化转型过程中仍面临诸多挑战,如技术应用难题、组织变革阻力、人才短缺等。为在数字化浪潮中持续提升竞争力,企业需制定科学合理的数字化战略规划,加强技术应用与创新,推动组织变革与流程优化,培养数字化人才队伍,强化客户关系管理与服务创新,促进供应链数字化协同。

参考文献:

- [1] 利雅.基于“互联网+”环境下企业内部控制有效性研究[J].湖北开放职业学院学报,2021,34(4):120-121.
- [2] 杨乐.政府信任关系、企业社会责任与企业竞争力[J].征信,2021,39(5):13-20.
- [3] 何隽,杜梦婷.智能金融领域互联网头部企业竞争力分析:基于专利视角[J].科技管理研究,2020,40(12):132-141.
- [4] 吴玉宁.网络嵌入性对产业集群中物流企业竞争力

的影响测度[J].商业经济研究,2021(10):99-102.

[5]宋晓娜,张峰.社会责任履行对高新技术企业竞争力影响的检验[J].统计与决策,2020,36(12):170-172.

[6]孙怀平,杨东涛.基于地域文化的企业文化与企业竞

争力关系研究——以江苏为例[J].学海,2020(4):155-162.

[7]程翔,张瑞,张峰.科技金融政策是否提升了企业竞争力?——来自高新技术上市公司的证据[J].经济与管理研究,2020,41(8):131-144.

Research on Strategies for Enhancing Enterprise Competitiveness in the Digital Age

ZHANG Qiang

(Shanxi Technology and Business University, Taiyuan Shanxi 030036, China)

Abstract: With the rapid development of information technology, the digital age has arrived, profoundly changing the business environment and competitive landscape of enterprises. This paper deeply analyzes the new connotation of enterprise competitiveness in the digital age, and elaborates on the multidimensional driving role of digital technology in enhancing enterprise competitiveness, including the strengthening of core elements such as innovation capability, efficiency advantage, customer orientation, and risk resistance. Through case analysis of digital transformation practices in multiple industry enterprises, we summarize successful experiences and challenges faced, and propose targeted strategies for enhancing enterprise competitiveness from strategic planning, technology application, organizational change, talent cultivation, and other aspects. The aim is to provide theoretical support and practical guidance for enterprises to seize opportunities, enhance competitiveness, and achieve sustainable development in the digital wave.

Key words: digital age; enterprise competitiveness; innovation capability; strategy