

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Виктория АРТЕМЕНКО

*Аспирант кафедры менеджмента и маркетинга Всероссийской академии внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации,*

*Автор корреспонденции: grossvil03@gmail.com

Абстракт. В статье описано, как цифровизация влияет на построение современной бизнес-модели, какие подходы в управлении компании применимы на современном этапе развития. Приведена оценка цифровой зрелости различных отраслей и описаны наиболее значимые критерии для оценки. Подведен итог, как трансформация происходит в сегменте B2C и B2B.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, современная бизнес-модель, цифровая зрелость, B2C, B2B.

Введение

Мир находится в активной фазе смены технологического уклада и осмысления глобальных вызовов. Стремительная цифровизация порождает новые вызовы для участников бизнеса, которые вынуждены уделять пристальное внимание безопасности и защищенности данных, сохранять конкурентоспособность и независимость, а также адаптироваться к быстроменяющимся факторам внешней и внутренней среды.

Цифровая трансформация как новый этап для бизнеса

Цифровая трансформация подразумевает под собой внедрение современных технологий в бизнес-процессы предприятия, так как цифровая экономика в качестве ключевого фактора производства рассматривает данные в цифровом виде, их обработку в цифровом виде и использование. Данный подход включает в себя не только установку современного оборудования или программного обеспечения, но и фундаментальные изменения в подходах к управлению и выстраиванию долгосрочной стратегии. Таким образом, цифровая трансформация предполагает еще и Agile-трансформацию. Термин «Agile» относился к ИТ-индустрии и употреблялся в контексте гибких методологий разработки программного обеспечения и адаптивных методов, суть которых заключается в ускорении процессов создания продукта путем микропланирования коротких производственных циклов и оперативного реагирования на изменения. С выпуском Agile Manifesto в феврале 2001 года постепенно начала распространяться трактовка Agile, как практики управления проектами и организации бизнес-процессов не только в ИТ-отрасли, но и в других прикладных областях, которая предполагает быстроту реагирования, гибкую адаптацию к внешним и внутренним изменениям и эффективную межличностную коммуникацию [1].

В связи с использованием новых сервисов происходит переход в качественно новое состояние и не все компании достигли цифровой зрелости. Как правило, вызовом для большинства компаний становится внедрение стратегических инициатив и технологий в процессы взаимодействия с клиентом и операционную деятельность. Основным барьером является неготовность организации и корпоративной культуры к изменениям. Оценка цифровой зрелости, согласно исследованию SAP, Deloitte и iR&D, включает в себя следующие критерии: влияние на бизнес-показатели (направление «клиент» и «операционная деятельность») и наличие внутренних барьеров [2]. Выделение данных критериев было основано на их наибольшем потенциале. Первый критерий влияет на показатели конкурентоспособности компании и включает в себя работу по таким ключевым аспектам, как взаимодействие с

клиентами, работа с инсайтами, переход к омниканальному пути сотрудничества, реагирование на изменения, автоматизированная система отчетности и аналитика данных для принятия ключевых решений. Второй фактор рассматривает устранение барьеров для успешного функционирования компании, как например: партнерство, система апробации новых технологий, актуализация программы обучения для сотрудников. Отрасли, достигшие максимальной оценки - это банковская сфера, торговля и потребительские товары. Банки традиционно являются лидерами применения цифровых технологий в связи с большой долей бизнеса онлайн, а в период пандемии, например, возросла транзакционная и сессионная активность пользователей интернет-банка. Все это в совокупности с тем, что банковская система трансформируется, отказываясь от отделений и переходя в онлайн формат. Пандемия стала бустером и для сферы торговли и потребительских товаров. Условия изоляции, организация цепочек поставок стали дополнительным драйвером для перехода на онлайн-торговлю и в новую цифровую реальность.

Описание современной бизнес-модели

Новые бизнес-модели ориентированы на клиентов и удовлетворение их потребностей. В торговле происходит трансформация e-commerce в a-commerce (automated commerce), когда продавец строит алгоритмы, описывающие модель потребления клиента и прогнозирует его потребности, как например, в британской компании Tesco. Виртуальная и дополненная реальность открывает новые возможности по продвижению продукта и привлечения потребителей - так косметический бренд Sephora использовала дополненную реальность для помощи своим клиентам в выборе того или иного продукта онлайн. Также, большая роль отводится высокоскоростной обработке данных, поскольку транзакции происходят в режиме реального времени. Интернет вещей и облачные вычисления оптимизируют сбор и хранение данных, искусственный интеллект (ИИ) позволяет проводить их глубокую обработку, строить алгоритмы и создавать предиктивные модели. Опрос руководителей компаний из списка «Fortune 1000» показал, что 97% организаций инвестируют в инициативы в области данных, 91% инвестируют в деятельность в области искусственного интеллекта. Инициативы в области данных и искусственного интеллекта становятся широко популярными и компании получают больше экономической выгоды от ИИ, однако менее половины компаний (26%) широко используют данную технологию [3]. 56,5% компаний внедряют инновации с помощью данных, что на 8,0% больше, чем в 2021 году, но ниже, чем в 2019 и 2020 годах. Ряд крупнейших цифровых платформы таких как Apple, Facebook, Alibaba, Amazon и другие все больше инвестируют в анализ, обработку и использование данных. Вышеперечисленные компании не просто цифровые платформы, они превратились в глобальные цифровые корпорации с мировым охватом, огромной финансовой, рыночной и технологической мощью и контролем над большими массивами данных о своих пользователях [4]. Данные о клиентах превращаются в основной актив цифровых компаний, а доступ к их массивам повышает оценку рыночной стоимости.

Как итог, наблюдается быстрая трансформация в сегменте B2C, так как постоянно меняющиеся требования потребителя мотивируют улучшать сервис и трансформироваться. Организации, работающие в сегменте B2B реагируют на изменения медленнее, уделяя внимание смене стратегии развития, так как без четкой стратегии и видения невозможно успешно провести цифровую трансформацию компании любого масштаба. Главный параметр конкурентоспособности новых бизнес-моделей - скорость вывода нового продукта на рынок («time-to-market»), поэтому важнейшей задачей современных бизнес-моделей является создание омниканального пространства, синхронизация данных и информации во всех цифровых и физических каналах взаимодействия для удовлетворения потребностей [5].

Выводы

Исходя из результатов оценки цифровой зрелости можно заметить, что трансформация - это долгосрочный проект, который требует системного и серьезного подхода. Главные вызовы - внедрение стратегических инициатив и технологий в процессы взаимодействия с клиентом и операционную деятельность. Ежегодный опрос руководителей девяти из четырех компаний из списка «Fortune 1000», проводимый консалтинговой компанией «NewVantage Partners» (Wavestone) на начало 2022 показал, что 91,9% считают корпоративную культуру - самым большим препятствием для достижения управления бизнесом на основе данных и только 8,1% считают, что технологические ограничения являются основным препятствием. Не менее важным, является наличие компетентных человеческих ресурсов - 73,7% компаний имеют в штате директора по данным и аналитике, 59,8% организаций продолжают сообщать о том, что эта роль только зарождается, развивается или подлечит смене и 44,3% директоров по данным и аналитике обладают опытом работы с аналитикой данных или наукой о данных [3]. Глобально мы видим, что происходит изменение всей бизнес-среды, так как цифровизация процессов актуальна не только на уровне отдельных предприятий: целые отрасли выбирают для себя этот путь развития как единственную возможность соответствовать стремительно меняющимся условиям окружающего мира. Благодаря этому цифровая трансформация промышленности, розничной торговли, государственного сектора и других сфер уже сегодня меняет жизнь каждого человека и каждой компании. В результате, мы наблюдаем автоматизацию и оптимизацию: повышаются производительность каждого сотрудника, уровень удовлетворенности клиентов и, как следствие, компания приобретает репутацию прогрессивного и современного участника рынка. Вслед за прогрессом, появляются новые риски, включая угрозы кибербезопасности, незаконной экономической деятельности и посягательство на неприкосновенность частной жизни. Компании должны сформулировать стратегию развития исходя из влияния факторов внешней и внутренней среды. Динамика изменений этих факторов требует от предприятий быстрого принятия управленческих решений и прогнозирования потенциальных угроз.

Библиография.

1. Manifesto for Agile Software Development. URL: <https://agilemanifesto.org/> (дата обращения: 25.02.2022)
2. Исследование цифровой зрелости российских компаний: осень 2020 — зима 2021 гг. Организаторы исследования: SAP, Deloitte и iR&D Club. URL: <https://sapmybiz.ru/digital-maturity/> (дата обращения: 25.02.2022)
3. NewVantage Partners Releases 2022 Data And AI Executive Survey. URL: https://www.newvantage.com/_files/ugd/e5361a_ad5a8b3da8254a71807d2dccb0844be.pdf (дата обращения: 25.02.2022)
4. Доклад о цифровой экономике 2021: Международные потоки данных и развитие: кому служат потоки данных// Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_overview_ru.pdf / (дата обращения: 25.02.2022)
5. «Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение»: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества // М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. URL: https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004671/2%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf (дата обращения: 25.02.2022)