

Платформы цифрового опыта и цифровой трансформации в инновационной экономике

 sovman.ru/article/87103/

Цифровизация в управлении

Авторы

Масюк Наталья Николаевна

кандидат экономических наук, профессор

Россия, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

masyukn@gmail.com

Бушуева Марина Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Россия, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Ивановский филиал)

Васюкова Людмила Константиновна

кандидат экономических наук, доцент

Россия, Дальневосточный федеральный университет

Кириянов Алексей Евгеньевич

кандидат экономических наук, доцент

Россия, Ивановский государственный университет

Аннотация

Развитие инновационной экономики, основанной на знаниях, сопровождается стремительным развитием цифровизации, которая, в свою очередь, является ответом на глобальные вызовы и неопределённость внешней среды и развитие информационных технологий. Цифровизация – это использование цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей для получения доходов и создания стоимости; это процесс перехода к цифровому бизнесу. Создание необычайного цифрового опыта в настоящее время является критически важным с точки зрения удержания клиентов и опережения конкуренции. Потребители ожидают персонализированных цифровых впечатлений, которые дают им то, что им нужно, когда они им нужны, на любом устройстве, которое они выбирают. Для удовлетворения этих требований требуются сложные цифровые платформы, которые не только дают возможность быстро адаптировать цифровой опыт в ответ на потребительские потребности, но и создают данные для понимания значимых изменений. К ним относятся так называемые experience platforms — «платформы знаний» или «платформы опыта», а также новое поколение платформ микрообучения, усовершенствованные системы управления обучением и системы на основе искусственного интеллекта, которые рекомендуют, находят программы и обеспечивают процесс. Компании уже покупают системы обучения, которые позволяют сотрудникам публиковать и обмениваться учебными материалами без каких-либо серьезных усилий со стороны менеджеров по персоналу. Статья посвящена инновационным цифровым инструментам, которые входят в современный бизнес и требуют от пользователей определенных навыков и понимания.

Ключевые слова

цифровизация, цифровые платформы, цифровой опыт, инновационная экономика.

Authors

Masyuk Natalya Nikolaevna

Candidate of Economic Sciences, Professor

Russia, Vladivostok State University of Economics and Service

masyukn@gmail.com

Bushueva Marina Alexandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Russia, Russian University of Economics. G.V. Plekhanov (Ivanovo branch)
Vasyukova Ludmila Konstantinovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Russia, Far Eastern Federal University
Kiryanov Alexey Evgenievich
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Russia, Ivanovo State University

Abstract

The development of an innovative economy based on knowledge is accompanied by the rapid development of digitalization, which, in turn, is a response to global challenges and the uncertainty of the external environment and the development of information technologies. Digitization is the use of digital technologies to change the business model and provide new opportunities for generating revenue and creating value; it is a process of transition to digital business. Creating extraordinary digital experiences is now critical to retaining customers and staying ahead of the competition. Consumers expect personalized digital experiences that give them what they need, when they need it, on whatever device they choose. Meeting these demands requires sophisticated digital platforms that not only enable digital experiences to be quickly adapted in response to consumer needs, but also generate data to understand meaningful change. These include so-called experience platforms, as well as a new generation of microlearning platforms, advanced learning management systems, and artificial intelligence-based systems that recommend, find programs, and provide a process. Companies are already buying learning systems that allow employees to publish and share learning materials without any major effort on the part of HR managers. The article is devoted to innovative digital tools that are part of modern business and require certain skills and understanding from users.

Keywords

digitalization, digital platforms, digital experience, innovative economy.

Suggested citation

Masyuk Natalya Nikolaevna, Bushueva Marina Alexandrovna, Vasyukova Ludmila Konstantinovna, Kiryanov Alexey Evgenievich. Platforms for digital experience and digital transformation in an innovative economy // Modern Management Technology. ISSN 2226-9339. — №4 (87/1). Art. # 87103. Date issued: 30.12.2018. Available at: <https://sovman.ru/article/87103/>

Введение и постановка проблемы

На протяжении столетий организации пытались дифференцировать свои компании, создавая потрясающие продукты, создавая творческие предложения, используя эффективные каналы сбыта и / или выходя на рынок с конкурентоспособными продуктами. Многие компании преуспели в одной или нескольких из этих стратегий для стимулирования роста бизнеса. Однако со временем конкурентные силы компрометируют эти возможности для дифференциации, практически во всех отраслях экономики возникают противоречия и конфликты между поставщиками и потребителями товаров и услуг, в результате чего организации ищут новые пути для маневрирования своей конкуренции и хотя бы частичного разрешения противоречий на основе локальных компромиссов [1,2].

В то же время возможности покупателей значительно возросли с появлением Интернета, обеспечивая прямой доступ к информации о продуктах, конкурентной информации и отзывам покупателей. (например, исследования аналитиков продолжают указывать на то, что более 60-70% решения о покупке принимается до того, как покупатель даже поговорит с продавцом, если они вообще говорят с продавцом во время процесса покупки). Лучшие и самые инновационные компании обнаружили значительную возможность в этой новой среде дифференцировать свои продукты и услуги, используя цифровые технологии. Рост инновационных технологий в сочетании с растущими потребностями покупателей в цифровых технологиях создал как проблемы, так и возможности для маркетинга и ИТ-специалистов.

Причина, по которой цифровизация является сегодня такой горячей темой, заключается в том, что она, вероятно, является одной из первых истинных революций в истории бизнеса. Если промышленная революция 1760-1840 гг. заняла 80 лет, то цифровые революционные преобразования в настоящее время происходят стремительно [3].

Цифровизация определяется как интеграция цифровых технологий в повседневную жизнь. Поскольку бизнес и работа составляют большую часть повседневной жизни для большинства людей, возможно, это главное, что нужно изменить. Появилась возможность автоматизировать процессы, измерять аспекты бизнеса, которые ранее были неизмеримы и даже перекрестно ссылались, и применяли информацию из самых разных источников, чтобы обеспечить понимание процесса принятия решений [4].

Цифровые платформы все чаще появляются в традиционных сферах деятельности и приводят к прорывным инновациям, которые приводят к изменению границ, состава отраслевых рынков и правил конкурентного поведения на них. Платформенный бизнес стал превалировать над традиционным, поэтому в случае появления платформы на рынке, где конкурируют компании традиционных моделей, платформа будет доминировать.

Современное развитие информатизации подразумевает использование ее достижений не только в повседневной жизни, но и в бизнесе. Проблема заключается в том, что современные инновационные инструменты меняются настолько быстро, что люди, не имеющие специального образования в области информационных технологий, не могут своевременно встроить их в собственную бизнес-стратегию и не представляют, какие возможности предоставляют те или иные цифровые инструменты для повышения эффективности бизнеса.

Целью настоящего исследования является анализ современных цифровых инструментов, в частности, цифровых платформ, и их возможностей с точки зрения владельцев бизнеса.

Метод и методология исследования

В качестве метода исследования использован сравнительный анализ мировых тенденций в области информационных технологий, а также возможностей, которые цифровизация предоставляет бизнесу.

Результаты исследования и их обсуждение

Развитие инновационной экономики заставляет компании по-новому смотреть на проблему использования информационных технологий, потому что наша жизнь происходит в цифровое время. По мнению 87% лидеров бизнеса, цифровизация является главным приоритетом нашего времени. Цифровые инновации стимулируют растущую взаимосвязь, предоставляя беспрецедентный доступ к возможностям, ресурсам и талантам в глобальном масштабе. Традиционной экономической перспективы спроса на предложение будет недостаточно для достижения успеха бизнеса в цифровом мире.

Одним из самых действенных инновационных инструментов для бизнеса сегодня являются цифровые платформы.

Цифровые платформы — Digital Experience Platforms (DXP) — это новая категория корпоративного программного обеспечения, предназначенная для удовлетворения потребностей компаний, подвергающихся цифровым преобразованиям, с конечной целью обеспечения лучшего обслуживания клиентов [5]. DXP могут быть одним продуктом, но часто представляют собой набор продуктов, которые работают вместе. DXP предоставляют архитектуру для компаний, которые оцифровывают бизнес-операции, обеспечивают подключенный опыт клиентов и собирают информацию о потенциальных клиентах. Поскольку все больше и больше сенсорных точек клиентов являются цифровыми, сегодня как никогда важно иметь нужные инструменты, чтобы обеспечить правильный цифровой опыт работы с клиентами. Многие считают, что опыт работы с клиентами — это новое конкурентное поле битвы [6].

Слияние факторов привело к тому, что многие компании начали радикально реинжиниринг своих бизнес-практик, ориентированных на клиента: цифровые каналы (веб-сайты, мобильные и социальные сети) стали доминирующим способом взаимодействия клиентов с компаниями.

Клиенты уже используют большие возможности цифровых технологий, таких, к примеру, как Google, Apple и Facebook. Социальные сети, в частности, предоставляют неструктурированные способы для клиентов взаимодействовать с общественными настроениями и влиять на них. Мобильные устройства обеспечивают местоположение и оперативность, предоставляя компаниям больше возможностей поддерживать связь с клиентами. Понимание данных позволяет ориентировать сегмент аудитории одного человека с персонализированным опытом.

Цифровые технологии позволяют бизнес-инноваторам нарушать привычные способы ведения бизнеса в традиционных отраслях и создавать такие инновационные инструменты, как, к примеру, WealthFront для управления капиталом, LendingClub для финансовых продуктов, Uber и Airbnb для оказания транспортных и гостиничных услуг, что, в конечном итоге, обеспечивает гораздо лучший опыт работы с клиентами и удовлетворение их потребностей [7].

В цифровом мире все должно быть незамедлительным, интеллектуальным и интуитивным. Но достижения в области технологий не обязательно означают быстрее, умнее и лучше. Сегодня время все еще в дефиците, а производительность перестала расти. Интеллектуально соединяя людей, машины и данные, цифровые технологии помогают повысить производительность, дают возможность быстрее выводить на рынок новые продукты и услуги. Предоставление машинам и людям возможности делать то, что каждый из них делает лучше всего, позволяет повысить эффективность работы всех экономических систем.

Наличие привлекательного веб-сайта или мобильного приложения является хорошим конкурентным преимуществом, но более существенные успехи в работе с клиентами требуют, чтобы процессы были оптимизированы с учетом потребностей клиента.

Рассмотрим более подробно определение платформ цифрового опыта.

Платформа цифрового опыта – это основной набор программных технологий, которые организуют создание, доставку и оптимизацию персонализированных, богатых контентом цифровых технологий в любое время и в любом месте, чтобы восхищать клиентов, заставлять их действовать и позволять компании превзойти конкуренцию [8].

Для достижения этого цифрового опыта требуется сложное взаимодействие людей, процессов и технологий во всей организации, работая в полной гармонии, чтобы привлечь внимание покупателей, построить доверие и заставить их действовать. Взрывной рост инновационных маркетинговых технологий поставил это видение в понимании как крупных, так и малых организаций: за последние 6 лет в маркетинговых технологиях было более 95% среднегодовых темпов роста (CAGR) с более чем 5 000 поставщиков [6].

Предоставление исключительного опыта работы с клиентами начинается с критического первого шага взаимодействия с новым клиентом и приобретения нового клиента и / или увеличения количества существующих клиентов. Этот шаг в конечном счете отвечает за привлечение новых доходов для компаний. Цифровое взаимодействие компаний со своими покупателями, партнерами и влиятельными лицами до и во время процесса покупки, в частности, включая роли маркетинга и продаж наряду с соответствующей поддержкой ИТ, определяется как Digital Experience. Этот опыт включает взаимодействие компаний с покупателями, партнерами и влиятельными лицами по всем сенсорным точкам для повышения осведомленности, спроса и доходов.

Далее определим понятие цифровой трансформации (digital transformation). По мнению блогера Владимира Рыжкова, «digital-трансформация — это осмысленный стратегический процесс изменения бизнеса в условиях вызовов новой цифровой экономики. Это совокупность преобразований через внедрение инновационной культуры в компании, адаптацию бизнес-моделей, широкого использования

данных, клиентоцентричность и управление ценностью» [9]. «Вообще digital-трансформация — это не столько про технологии, сколько про изменение мышления в новых условиях новой цифровой экономики» [9].

Поэтому при выборе DXР компании должны решить, готовы ли они к глубокой трансформации своих бизнес-операций или ориентированы прежде всего на маркетинг и узнаваемость бренда, поскольку эти приоритеты, как правило, отражают различные сильные стороны поставщиков DXР.

Руководители бизнеса и ИТ должны работать вместе, чтобы определить ценность бизнеса для проектов цифровой трансформации, выявить пробелы в возможностях и определить приоритетность проектов и ресурсов, которые помогут им достичь своего видения цифровой трансформации [10].

ИТ-директора, ведущие цифровые преобразования бизнеса, могут использовать это исследование для взаимодействия с бизнес-партнерами для создания клиентских решений и операционных возможностей, которые делают цифровой бизнес практичной реальностью.

Выводы

1. Цифровизация (digitalization) является новым экономическим феноменом, сопутствующим становлению инновационной экономики.
2. Цифровизация с неизбежностью становится основным инструментом ведения современного бизнеса.
3. Приобретение конкурентных преимуществ без использования цифровых инновационных инструментов в настоящее время практически невозможно.
4. Для того, чтобы идти в ногу со временем, компаниям необходимо внимательно следить за созданием и возможностями цифровых платформ и своевременно предпринимать меры по обучению сотрудников необходимым компетенциям.

Заключение

Цифровые технологии радикально меняет баланс сил между клиентами и компаниями. В то время как клиенты получают информацию и выбор, цифровые технологии значительно улучшают экономику бизнеса. Эта экономика является основным драйвером цифровой трансформации для многих предприятий.

Правила бизнеса переписываются почти каждый день с этим императивом для бизнес-цифровых преобразований. Каждая отрасль имеет уникальную возможность цифрового преобразования.

Цифровые платформы меняют экономику ведения международного бизнеса, снижая стоимость трансграничного взаимодействия и транзакций. Они создают рынки и сообщества пользователей в глобальном масштабе, предоставляя предприятиям огромную базу потенциальных клиентов и эффективные способы связи с ними. Функционирование цифровых платформ ускоряет и удешевляет процессы производства и обмена, устраняет из них лишние посреднические звенья, резко повышает эффективность рынков и производительность труда.

К инструментам стимулирования развития цифровых платформ в мировой экономике можно отнести: гармонизацию стандартов и правил защиты данных; упрощение трансграничного обмена данными; содействие международной электронной торговле; инвестирование в цифровую инфраструктуру.

Библиографический список

1. Masyuk, N.N., Vasyukova, L.K., Bushueva, M.A., Mosolova, N.A., and Kozminykh, O.V. (2016). Conflict-Compromise Methodology for Resolution of Conflict in Insurance Relations. *Journal of the Social Sciences*, 11, pp. 6928-6932.
2. Масюк, Н.Н. Конфликтно-компромиссное управление производственными системами на основе бюджетирования / Н.Н. Масюк, М.А. Бушуева, О.Н. Васюков, Л.К. Васюкова // Научное обозрение. — 2015. — №17. — С. 400-405.

3. Панышин, Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Наука и инновации. – 2016. Т. 3, № 157. – С. 17–20.
4. Digital dividends overview 2016. – World Bank Group, 2016. – 58 p.
5. Parker G.G., Alstyne Marshall, W.V., Choudary, S.P. «Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You», 2016. – 256 p.
6. Коваленко, А.И. Проблематика исследований многосторонних платформ // Современная конкуренция. – 2016. Т. 10. №3 (57). – С. 64–90.
7. Eisenmann, T. et al. Opening Platforms: How, When and Why? – Mode of access: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-030.pdf> . – Date of access: 11.09.2018.
8. Купревич, Т.С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития // 2018 Экономический вестник университета. 2018. Выпуск 37/1. – С. 311-318.
9. Что такое цифровая трансформация? URL:<https://komanda-a.pro/blog/digital-transformation> (дата обращения 01.10.2018).
10. Forrester Digital Rewrites the Rules of Business, Nigel Fenwick, Ted Shadler, 26 February 2018. https://www.acquia.com/resources/whitepaper/forrester-report-digital-transformation?creativeID=%3Fcid%3D7010c000002FqcEAAS&ct=search&ls=acqp_search_nz_n_n_n_nonbrnd&ls=google. — Date of access: 11.09.2018.