

УДК 339.9 JEL O31

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-146-150

Рубаева Ляна Махарбековна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Владикавказский филиал), г. Владикавказ, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-9943-8536

e-mail: Lyana.rubaeva@yandex.ru

Датиева Агунда Алановна
студент, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Владикавказский филиал), г. Владикавказ, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-7605-0069

e-mail: datieva_2000@mail.ru

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА

Аннотация. Цифровую трансформацию в настоящее время можно признать одним из инструментов антикризисного управления. Поэтому актуальность научной работы проявляется в особенностях управления организацией в условиях цифровизации в период пандемии COVID-19. Предметом исследования является опыт применения цифровой трансформации бизнеса в зарубежных компаниях. Проведен анализ новых тенденций развития цифровых технологий, а также их влияния на трансформацию бизнес-процессов происходящих в зарубежных компаниях. Определены основные особенности управления организацией в условиях цифровизации в период пандемии COVID-19. Научная новизна заключается в определении и изучении основных способов освоения цифровых технологий, применяемых зарубежными организациями в период кризиса, с целью поддержания конкурентоспособности бизнеса.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, зарубежный опыт, цифровая экосистема, совершенствование цифровой стратегии, бизнес-модель компании, кризис 2020, этапы цифровизации

Для цитирования: Рубаева Л.М., Датиева А.А. Зарубежный опыт цифровой трансформации бизнеса // Вестник университета. 2022. № 2. С. 146–150.

FOREIGN EXPERIENCE OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

Abstract. Digital transformation, at present, can be recognized as one of the crisis management tools. Therefore, the relevance of scientific work is manifested in the peculiarities of organisation management in the digitalisation during the COVID-19 pandemic. The subject of the study is the experience of applying digital business transformation in foreign companies. The analysis of new trends in the digital technologies development, as well as their impact on the business processes transformation, taking place in foreign companies has been carried out. The main features of the organisation's management in the digitalisation during the COVID-19 pandemic have been determined. The scientific novelty lies in the identification and study of the main ways of mastering digital technologies used by foreign organisations during the crisis in order to maintain business competitiveness.

Keywords: digitalisation, digital transformation, foreign experience, digital ecosystem, digital strategy improvement, business model of the company, crisis 2020, stages of digitalisation

For citation: Rubaeva L.M., Datieva A.A. (2022) Foreign experience of digital business transformation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 146–150. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-146-150

Введение

Цифровую трансформацию в настоящее время можно признать одним из инструментов антикризисного управления. Суть, которого проявляется во внедрении целых механизмов функционирования в деятельность компаний, позволяющих эффективно реализовывать конкурентные преимущества бизнеса [1].

Благодаря существованию компаний с различной степенью развития, которая определяется посредством цифровой зрелости, можно проанализировать не только уровень цифровизации бизнеса на российском рынке, но и дать оценку темпам развития цифровой трансформации компаний в зарубежных странах.

Стоит отметить, что на развитие технологий оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы. Соответственно, как небольшие, так и крупные организации и корпорации формируют в совокупности единые цифровые стратегии, образующие переход от внутренней автоматизации к полной цифровизации бизнес-процессов. Около половины систем, которые используются компаниями, являются морально устаревшими.

© Рубаева Л.М., Датиева А.А., 2022.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Rubaeva L.M., Datieva A.A., 2022.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Эпоха цифровой трансформации

Стремительное распространение цифровых технологий разрушает устоявшиеся модели производства и торговли, создавая как возможности, так и проблемы для устойчивого развития организации и региона, в целом.

Большинство компаний в последние несколько лет пытаются войти в поток развитых цифровых компаний, стремящихся стать «Цифровыми чемпионами», притом что большая их доля находится на начальном этапе или вообще не начали свой цифровой путь. Данного рода компании задаются вопросом «Как создать высоко прибыльную компанию, при этом быть похожей на цифровой бизнес?». Поэтому можно считать, что в будущем, большинство малых и средних компаний, настроенных на построение конкурентоспособного дела, будут ориентироваться на освоение и развитие современных экосистем.

В настоящее время, цифровая трансформация в большей степени влияет на сегменты экономики, в которых более жесткие условия конкурентной борьбы; сферы, в которых возникшие задачи должны решаться практически мгновенно. Именно в таких условиях присутствует мотивация для самих компаний, стимулирующая создавать и предлагать новые товары, работы и услуги, соответствующие уровню спроса на рынке. Например, финансы, логистика и другие.

К секторам, которым приспосабливаться намного сложнее, можно отнести традиционные индустрии, промышленность, строительство и другую деятельность, которые сложнее адаптируются к новым бизнес-моделям. У них сохраняется консервативный взгляд на процесс производства. Им трудно понять, что необходимо внедрять и совершенствовать процессы, меняющие старые устои в бизнесе.

Цифровая трансформация бизнеса – комплексный процесс, организующийся под воздействием постоянно совершенствующегося комплекса процедур, формирующегося в различных областях экономики и не только. Для начала осуществляется оцифровка. Оцифровка включает в себя анализ некоторых составляющих бизнеса, а именно: технологии компании, коммуникативную культуру и степень развития бизнеса. Для каждого элемента предлагается составить, соответственно, направления изменений, координацию взаимодействий и стратегический план развития. Затем проводится аудит функций бизнеса, включающий анализ ИТ, проведение бенчмаркинга.

Ключевые компоненты, определяющие особенности цифрового бизнеса можно разделить на несколько этапов, которые приведены на рисунке 2.

Зарубежный опыт трансформация бизнеса в условиях цифровой экономики

В век развития цифровизации особое внимание следует уделять культуре коммуникативного общения внутри бизнеса. Нужно выстраивать эффективные взаимоотношения между работниками старого поколения, деятельность которых ориентирована на консервативный склад с молодыми профессионалами, работающими в ИТ-сфере.



Источник: [2]

Рис. 1. Преимущества цифровой трансформации



Источник: [5]

Рис. 2. Этапы цифровой трансформации бизнеса



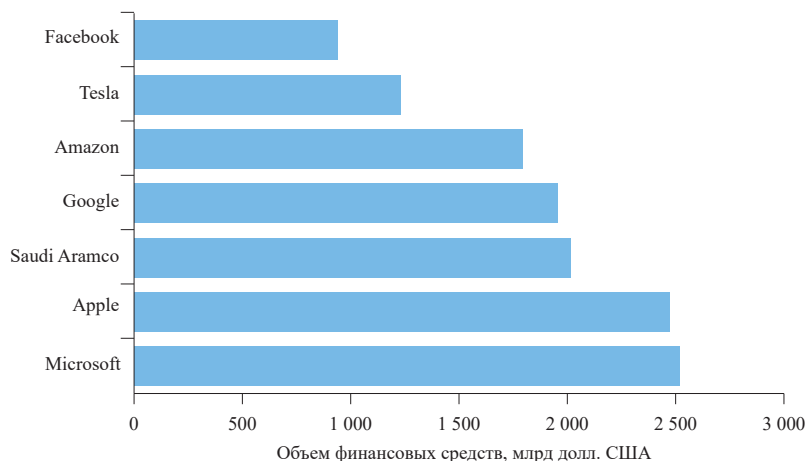
Источник: [5]

Рис. 3. Отличительные особенности цифрового бизнеса

возможность бизнесу адаптироваться к новым условиям и выйти на новый уровень развития [6].

В настоящее время, развитие цифровых технологий не стоит воспринимать как конкретную цель. Основная задача состоит в эффективном внедрении и использовании их в хозяйственной деятельности компаний [4].

В большей степени преимущественно оцифровываются сферы связанные с банковскими операциями, страхованием, отрасли связи, а также компании, занимающиеся программными разработками. Об этом может свидетельствовать рыночная капитализация компаний, позволяющая направлять достаточное количество финансовых ресурсов на освоение цифровых технологий.



Источник: [7]

Рис. 4. Крупнейшие мировые компании по объему рыночной капитализации (по данным, представленным за 2021 г.)

зарубежные компании активно используют цифровые технологии с целью совершенствования своего бизнеса. К ним можно отнести такие бренды Financial Times, Disney World, Nike и др. [7].

В результате снижения продаж бумажных газет, Financial Times была вынуждена найти новые пути совершенствования и развития цифровых каналов связи с потребителями. Поэтому одним из инструментов, позволивших компании повысить спрос на их продукт, стало создание нового, усовершенствованного сайта, способного воспроизводить необходимую информацию с мобильного телефона и компьютерных устройствах всего за несколько секунд.

Всемирно известный парк развлечений Disney World столкнулся с проблемой неудовлетворенности клиентов, что послужило началом освоения комплексной цифровой трансформации бизнеса. Парк развлечений разработал новую программу MyMagic+, которая способствует оптимизации клиентских предпочтений

Прежде чем проводить анализ зарубежного опыта цифровой трансформации бизнеса, необходимо определить, чем отличается цифровой бизнес от традиционной модели ведения бизнеса. Основные отличия приведены на рисунке 3.

Стоит отметить, что кризис 2020 г. внес свои коррективы, которые в некотором роде, стали толчком к ускоренному внедрению цифровых технологий не только в деятельность бизнеса, но и в иные сферы. Пандемия позволила рынку ликвидировать старые консервативные процессы и продукты, неспособные удовлетворять соответствующий уровень конкурентоспособности современных компаний, впоследствии чего, дала

Из рисунка 4 следует, что Microsoft располагает достаточно большим объемом финансовых средств, чтобы направлять их на разработку и внедрение цифровых технологий, способные удовлетворять растущий спрос на потребительском рынке. Постоянно конкурирующая за первое место компания Apple, также имеет достаточно средств, чтобы активно использовать быстро растущий спрос на рынке цифровых технологий.

Идеи цифровой трансформации являются актуальными последние несколько десятилетий. Поэтому большинство развитых стран пристально следят за направлениями развития и внедрения, актуальных в информационном обществе, элементов цифровизации [3]. Так, в последнее время крупные

и повышению уровня лояльности клиентов, что является основной задачей руководства. Преимуществом данной программы является то, что она объединяет в себе совокупный механизм работы больших данных и цифровых технологий, позволивший получить максимальный эффект от вложенных средств.

В 2016 г. Nike создал приложение Nike+, которое позволяет обмениваться данными о здоровье, уведомлять клиентов о новых продуктах. Позже компания открыла фирменный магазин NikeSoho, внутри которого расположены разного рода спортивные площадки. Целью создания подобного магазина является проведение эксперимента с онлайн- и офлайн- площадками.

Однако не стоит пренебрегать анализом платежеспособности компании принимающей решение о проведении цифровизации, так как при неорганизованной тактике рационального использования имеющихся ресурсов, компания может столкнуться с потерей ситуации над платежеспособностью и финансовым положением. Свидетельством тому, может послужить пример компании General Electric. Среди основных ошибок, допущенных ее дочерней компанией GE Digital, которая была создана для продвижения цифрового бизнеса на новый уровень, является то, что у нее отсутствовала система четкого выполнения плана действий по достижению поставленной цели, а ведь для ее реализации были выделены значительные объемы финансовых средств. Это послужило причиной тому, что компания General Electric испытала недостаток средств для дальнейшего развития, тем самым не обеспечив исполнение запланированных мероприятий по внедрению цифровых технологий.

Заключение

Таким образом, можно отметить, что цифровизация является одним из инструментов преодоления кризисной ситуации компании, а также способом повышения уровня конкурентоспособности бизнеса на рынке.

Кроме того, немаловажную роль в активном внедрении цифровых технологий в деятельность, как малых, так и крупных компаний, сыграл кризис 2020 г. В связи с введенными ограничительными мерами во всем мире, люди вынуждены приспосабливаться к самоизоляции, что сопровождается развитием новых условий существования многих компаний, которые вынуждены перейти к этапу цифровой трансформации.

Библиографический список

1. Жаргалсайхан, Н. Особенности цифровой трансформации зарубежных компаний: анализ опыта компании General Electric // Стратегии бизнеса. – 2021. – Т. 9, № 2. – С. 42–48. <https://doi.org/10.17747/2311-7184-2021-2-42-48>
2. Зайченко, И. М., Горшечникова, П. Д., Лёвина, А. И., Дубгорн, А. С. Цифровая трансформация бизнеса: подходы и определение // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – № 2. – С. 205–212. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2020-13-2-205-212>
3. Плотноков, В. А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 4 (112). – С. 16–24.
4. Рубаева, Л. М., Датиева, А. А. Внедрение цифровых технологий в экономику // Матрица научного познания. – 2019. – № 3. – С. 62–68.
5. Шадченко, Н. Ю. Цифровая трансформация общества: тенденции и перспективы // Базис. 2021. – № 2 (10). – С. 5–9. https://doi.org/10.51962/2587-8042_2021_10_5
6. Паньков, В. Пандемия ускорила цифровизацию бизнеса // РКБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5f8f191f7a8aa930ddd3c511> (дата обращения: 05.11.2021).
7. Пять примеров цифровой трансформации бизнеса // Orange Business Services [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.orange-business.com/ru/blogs/pyat-primerov-tsifrovoy-transformatsii-biznesa> (дата обращения: 05.11.2021).

References

1. Jargalsaikhan N. Features of digital transformation of foreign companies: analysis of the experience of General Electric, *Strategii biznesa*, 2021, vol. 9, no. 2, pp. 42–48. (In Russian). <https://doi.org/10.17747/2311-7184-2021-2-42-48>
2. Zaychenko I. M., Gorshcnikova P. D., Lyovina A. I., Dubgorn A. S. Digital transformation of business: approaches and definitions, *Scientific journal NRU ITMO. Series Economics and Environmental Management*, 2020, no. 2, pp. 205–212. (In Russian). <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2020-13-2-205-212>
3. Plotnikov V. A. Digitalization of production: the theoretical essence and development prospects in the Russian economy, *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2018, no. 4 (112), pp. 16–24. (In Russian).

4. Rubaeva L. M., Datieva A. A. Introduction of digital technologies into the economy, *Matritsa nauchnogo poznaniya*, 2019, no. 3, pp. 62–68. (In Russian).
5. Shadchenko N. Yu. Society digital transformation: trends and prospects, *Basis*, 2021, no. 2 (10), pp. 5–9. (In Russian). https://doi.org/10.51962/2587-8042_2021_10_5
6. Pankov V. The pandemic has accelerated the digitalization of business, *RBC*. Available at: <https://plus.rbc.ru/news/5f8f191f7a8aa930ddd3c511> (accessed 05.11.2021).
7. Five examples of digital business transformation, *Orange Business Services*. Available at: <https://www.orange-business.com/ru/blogs/pyat-primerov-tsifrovoy-transformatsii-biznesa> (accessed 05.11.2021).