

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА И ПРАВО»

Преимущества цифровой трансформации организаций-производителей товаров потребительского спроса

Бахматова Е.И.

Белорусский национальный технический университет

В отличие от информатизации, цифровая трансформация (цифровизация, диджитализация) не ограничивается внедрением информационных технологий, а коренным образом преобразует сферы и бизнес-процессы на базе интернета и новых цифровых технологий[1]. Цифровые технологии (например, такие, как блокчейн, искусственный интеллект, интернет вещей, дополненная реальность, BigData, облачные технологии и др.) провозгласили начало новой эпохи продуктивности для компаний-производителей товаров потребительского спроса. Данные технологии не только создают уникальные возможности для обеспечения качества бизнес-процессов и повышения инновационной активности экономической организации, но также способны обеспечить существенное повышение воспринимаемой потребительской ценности и функциональности предложения, что, в свою очередь, позитивным образом сказывается на усилении позиций бренда, доходности и капитализации бизнеса.

В 2018 году аналитическое агентство MIT Sloan совместно с Deloitte провели очередное ежегодное исследование цифровизации бизнеса, цель которого заключалась в оценке цифровой прогрессивности различных отраслей экономики. В анкетировании принял участие руководящий персонал организаций 28 отраслей экономики 123 стран мира. Цифровая прогрессивность оценивалась с использованием 10-ти балльной шкалы, где 1 - низкий уровень цифровой прогрессивности бизнеса, 10 - высокий уровень цифровой прогрессивности бизнеса. Результаты исследования показали,

что экономические организации, функционирующие на рынке потребительских товаров, демонстрируют в своем большинстве средний и ниже среднего уровни цифровой прогрессивности по сравнению с отраслями, охватывающими рынок промышленных товаров и услуг, занимающими более высокие позиции в рейтинге[2].

На современном этапе отрасли экономики, функционирующие в сегменте потребительского рынка, добились серьезных успехов в таких сферах цифровизации, как автоматизация систем поставок, процессов производства, электронная коммерция. При этом данный сегмент рынка все еще характеризуется широкими возможностями для существенных цифровых преобразований, которые выходят за рамки повсеместной автоматизации и предполагают внедрение принципиально новых бизнес-моделей, изменение порядка функционирования бизнеса и индикаторов его эффективности.

Потенциальные конкурентные преимущества цифровизации b2c компаний включают: повышение прозрачности, контролируемости, отслеживаемости и управляемости процесса создания стоимости; облегчение процедур подтверждения подлинности происхождения материальных ресурсов, конечных товаров; своевременное выявление и устранение фактов реализации контрафактной продукции, других форм недобросовестной конкуренции на рынках; своевременное выявление небезопасной или дефектной продукции; повышение аналитичности разнообразных массивов данных; предоставление потребителю полной детализированной информации о товаре в любой момент времени; извлечение многочисленных выгод от применения интеллектуальных программ лояльности; повышение оперативности и качества информационной поддержки потребителя, послепродажного обслуживания; обеспечение прозрачности процедур оценки эффективности

цифровой рекламы; повышение безопасности финансовых операций посредством смарт-контрактов; расширение возможностей оплаты продукции потребителем с использованием быстрых, простых и безопасных схем и др. [3].

На начальных этапах длительного и сложного пути к обеспечению максимально полного использования потенциала и выгод новейших цифровых технологий, компаниям-производителям потребительских товаров рекомендуется определить: текущую позицию в процессе цифровой трансформации, целевые параметры цифровизации и соответствующие средства их достижения. В дальнейшем, в целях достижения уникальных конкурентных преимуществ на основе реализации цифровых преобразований, b2c организациям рекомендуется сосредоточить усилия на реализации следующих мер: утверждение цифровой трансформации бизнеса в качестве одного из приоритетных направлений деятельности; выработка долгосрочной общекорпоративной стратегии ведения бизнеса с учетом необходимости внедрения передовых цифровых технологий; формирование портфеля идей – цифровых инициатив; разработка и реализация проектов внедрения управляющих и информационных систем как в сфере основных, так и вспомогательных бизнес-процессов; разработка и реализация проектов замены ручных, частично и полностью механизированных процессов автоматизированными и роботизированными; развитие цифровых навыков персонала; запуск и реализация инновационных процессов, концептуальную основу которых составляют новейшие цифровые технологии.

Большими возможностями для успешной реализации перечисленных выше организационных изменений по сравнению с крупными компаниями обладают стартапы, для которых характерна гибкость внутренней среды, ее

адаптивность по отношению к изменениям внешней среды, высокая чувствительность к тенденциям рынка. Несмотря на существующие барьеры цифровизации, организациям в сфере производства потребительских товаров крайне важно рассматривать цифровые технологии в качестве стратегического ресурса для получения новых устойчивых конкурентных преимуществ.

Литература

1. Ковалев, М.М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси: моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск: Изд. центр БГУ, 2018. – 327 с.

2. Kane, G. C. Coming of age digitally. Learning, Leadership, and Legacy / G. C. Kane, D. Palmer, A. N. Phillips, D. Kiron, N. Buckley // MIT SMR in collaboration with Deloitte Insights [Electronic resource]. – US, 2018. – Mode of access: <https://sloanreview.mit.edu/projects/coming-of-age-digitally>. – Date of access: 07.03.2019.

3. Renner, B. The adoption of disruptive technologies in the consumer products industry. Spotlight on blockchain / B. Renner, C. Fedder, J. Upadhyaya // Deloitte Insights [Electronic resource]. – US, 2018. – Mode of access: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/industry/retail-distribution/disruptive-digital-technologies-blockchain-potential.html>. – Date of access: 07.03.2019.