

ОСОБЕННОСТИ И ВИДЫ МОДЕЛЕЙ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ КОМПАНИЙ

Киселев А. Д. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Силакова Л.В.
(Университет ИТМО)

Введение. Несколько десятилетий происходит цифровизация и компьютеризация экономики общества, что влияет на изменение целых отраслей. Это связано с общим трендом цифровой трансформации, влияющим на изменение компаний. Цифровая трансформация должна учитывать особенности потребителей, так как в результате трансформации финансовые и операционные результаты медиакомпаний должны значительно улучшиться. Количество потребителей и их характеристика – ключевые показатели для достижения других целей [1]. Основным фактором, влияющим на процесс цифровой трансформации, является модель, которую используют компании для реализации цифровых проектов. Целью работы является анализ моделей цифровой трансформации компании. Задачами работы являются: обзор определений цифровой трансформации компании, определение концепции цифровой трансформации компании; определение видов моделей цифровой трансформации.

Основная часть. Для проведения исследования необходимо понять, что означает цифровая трансформация компании, и как она влияет на компанию. Помимо цифровой трансформации существуют схожие термины, которые связаны с изменением компаний (цифровизация, оцифровка, цифровое развитие, цифровая экономика), что затрудняет понимание сути самого процесса трансформации. Существует множество определений цифровой трансформации, которые затрагивают определенные области процесса трансформации. На основе выявленных критериев, было выбрано наиболее подходящее определение цифровой трансформации.

Существуют несколько подходов цифровой трансформации компании, которые зависят от мотивации стейкхолдеров и возможностей компании. Первый подход подразумевает начало процесса от внедрения технологий для реализации бизнес-потребностей (рост количества клиентов, выручки и т.д.). Минусом такого подхода является слепое следование технологическим трендам отрасли, которое не учитывает предпочтение клиентов компании, которая планирует провести цифровую трансформацию. Второй подход заключается в анализе потребностей компании и последующем поиске и выборе инструментов (технологий) для их реализации. Такой подход позволяет учитывать стратегические цели компании.

В ходе исследования была выявлена концептуальная карта цифровой трансформации, включающая в себя: стратегические активы, цифровые строительные блоки и инвестиции в цифровую трансформацию. Такая схема отражает основные разделы трансформации и концептуально отражает зоны изменения компании.

Существует несколько практических моделей цифровой трансформации компании, которые отличаются способом внедрения и реализации цифровых проектов в рамках цифровой трансформации. Так, была выявлена модель проникновения цифровых технологий в основные бизнес-процессы. Интеграция цифровых технологий происходит в основные бизнес-процессы компании, что влияет на стратегическое планирование компании. Вторая модель заключается в создании портфеля цифровых проектов без влияния на основные бизнес-процессы. Более консервативный и менее рискованный, так как компании не придется значительно перестраивать бизнес-процессы. Третья модель заключается в создании полностью цифрового бизнеса, действующего в цифровой среде. В такой модели фокус смещается на платформенные решения [2].

Исходя из определения цифровой трансформации, для её проведения достаточно изменения только бизнес-модели компании или бизнес-процессов. Однако выявленные модели отличаются друг от друга, преимущественно, взаимодействием с основными бизнес-

процессами компаний, хотя и отражают ключевые последствия от реализации модели цифровой трансформации (изменение бизнес-моделей и пр.). Таким образом, выявленные модели учитывают изменение бизнес-процессов, как ключевой параметр проведения цифровой трансформации компании. Поэтому автором была дополнена разновидность моделей, путем добавления моделей, отличающихся, не только степенью влияния на бизнес-процессы, но и на бизнес-модели компании. Таким образом, существует множество моделей цифровой трансформации компании, отталкивающихся от изменений бизнес-процессов и бизнес-моделей. Существует три модели с фокусом на влияние бизнес-процессов (проникновение в основные бизнес-процессы; цифровые проекты, существующие отдельно от основных бизнес-процессов; создание полностью цифрового бизнеса). Вторая тройка фокусируется на изменении бизнес-моделей компаний (Изменение существующих бизнес-моделей компаний; цифровые проекты, которые дополняют существующие бизнес-модели и находятся в рамках существующей организации; цифровые бизнес-модели, существующие отдельно от основных бизнес-моделей и не влияющие на существующие бизнес-модели).

Выводы. В ходе проведенного исследования был составлен обзор определений согласно теме исследования, определена концепция цифровой трансформации в стратегическом и операционном развитии компании, определены основные виды моделей цифровой трансформации. Также была дополнена разновидность этих моделей, путем включения тех, которые повлияли на изменение бизнес-моделей компании.

Список использованных источников:

1. Вьюгина Д.М. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2233> (дата обращения: 20.02.2023).
2. Ценжарик М.К., Крылова Ю.В., Стешенко В.И. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КОМПАНИЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ И МОДЕЛИ // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-kompaniy-strategicheskiy-analiz-factory-vliyaniya-i-modeli> (дата обращения: 20.02.2023).