

АНАЛІЗ РІВНІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Омельяненко О.М.

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка, м. Суми*

Цифровізація – це процес, який в сучасних умовах активно відбувається практично у всіх галузях, однак в різних секторах він проходить з різною швидкістю. Також наявна значна диференціація на рівні окремих підприємств, кластерів підприємств чи регіонів. Згідно з аналізом експертів BCG у впровадженні цифрових технологій історично лідирують B2C-сектори, зокрема через використання інструментарію цифрового маркетингу, однак в рамках поширення Індустрії 4.0 відбувається активізація цифрової трансформації у B2B-секторах. В умовах необхідності переходу України до випереджального розвитку технологічних секторів актуальним завданням є вироблення відповідної стратегії цифровізації.

Для розробки відповідних стратегій цифровізацію доцільного розглянути як максимально повне використання потенціалу цифрових технологій у всіх аспектах бізнес-процесах, продуктах, сервісах і підходах до прийняття рішень. Варто враховувати, що для ефективної цифрової трансформації не достатньо лише наявності технології. Для того, щоб процес цифровізації був повноцінним, необхідні чітко сформульовані бізнес-завдання та відповідні дані. Таким чином, цифровізація неможлива без трьох вимірів: сформульованого бізнес-завдання, наявності даних і власне технологій.

В умовах обмеженості ресурсів та необхідності використання еволюційного підходу до цифрової трансформації варто розглянути її особливості на таких рівнях:

- створення технологічних рішень без радикального перегляду суміжних бізнес-процесів через впровадження не дуже великих і не дуже ризикованих, незалежних ініціатив або продуктів;

- повноцінна інтеграція з базовими системами організації в рамках комплексної програми через перехід від розрізнених ініціатив до більш широкої трансформації операційної моделі компанії, зокрема змін у бізнес-процесах, організаційній структурі, ключових показниках ефективності і навичок персоналу;

- створення комплексної цифрової платформи, в якій реалізовані унікальні компетенції та ноу-хау бізнес-моделі організації через цифровізацію взаємодії з зовнішніми постачальниками, клієнтами та контрагентами, позиціонування та просування існуючих продуктів та створення нових.

Результатом стратегії цифровізації є поступове створення унікальної екосистеми інноваційних технологій і сервісів, яка дозволить скористатися потенціалом цифрової платформи. Це можливо завдяки одночасному впровадженню декількох технологій, які створюють умови для синергії у комплексі «бізнес-завдання – дані – технології».

Література:

1. Банке Б. Цифровізація бізнеса. URL: <https://vlast.kz/corporation/24539-cifrovizacia-biznesa.html>