

СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Научный руководитель – Квинта Владимира Львовича

Айишауле Абудемалеке

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Московская школа экономики (факультет), Москва, Россия
E-mail: 1739872640@qq.com

· Изменения, происходящие в экономике под влиянием информационных технологий, требовали новых концептуальных предложений. В конце 70-х гг. большую популярность получила концепция информационной экономики, истоки которой лежат в концепции экономики знаний. В 90-е гг. XX в. и в первое десятилетие XXI в., интернет начал активно внедряться в повседневную жизнь обычных людей. Именно тогда, в 2008 г., в отчетах ОЭСР стало мелькать понятие «цифровой экономики» как «экономической, социальной и культурной деятельности, поддерживаемой интернетом и связанным с ним информационно-коммуникационными технологиями» [1]. Многие данные поступают из информационных систем, производятся растущей массой индивидуальных пользователей интернета и мобильных приложений, рекультивируются из архивов государственных учреждений и компаний, собираются из все большего числа датчиков, размещенных в устройствах, личных аксессуарах, а также в частном и публичном пространстве. Объем информации растет беспрецедентными темпами в онлайн-плоскости, так и развивается быстрыми темпами программное обеспечение, обладающее всеми вычислительными возможностями, например, облачные сервисы, искусственный интеллект.

· Быстрое распространение интернета, а затем мобильных технологий обуславливают интенсивное взаимодействие потребительского общества и экономики, что означает появление новых отношений, возникающих в результате возможности свободного доступа личности к участию в различных группах и кругах. В экономическом измерении такое расширение сети, включающее большое количество участников, повышает ценность продукта или услуги [2].

· С точки зрения производства основная задача, стоящая перед IV промышленной революцией, - внести глубокие изменения в промышленность, которые позволяют создавать интеллектуальные заводы (Smart Factory) [3]. Умные фабрики будут все более автоматизированы, оптимизированы настолько, чтобы контактировать с потребителем напрямую. Это позволит обеспечить индивидуальное производство с учетом потребностей и требований потребителей, сохраняя при этом преимущества масштаба товаров. Развитие цифровой экономики обусловлено множеством различных факторов, среди которых, среди прочего, такие, как:

1. интернет вещей и интернет всех вещей,
2. облачные вычислительные приложения и сервисы,
3. автоматизация и робототехника;
4. многоканальные и всеканальные модели распределения продуктов и услуг [4].

· Стратегия цифровой трансформации направлена на следующие направления:

1) Создание цифровых возможностей, основанных на навыках сотрудников знаний и многофункциональном управлении ими.

2) Включение сотрудничества в экосистему что потребует приверженности определению стандартов и сотрудничества через границы компании через альянсы, стратегические партнерские отношения и сотрудничество в сообществах.

- 3) Управление данными как ценным бизнес-ресурсом.
- 4) Управление кибербезопасностью для защиты цифровых управляемых производственных процессов и зарезервированных данных.
- 5) Внедрение двухскоростной системной архитектуры / данных для отличия циклов быстрой работы от критически важных приложений с более длительным временем выполнения.

· Можно выделить несколько типов компаний, которые станут конкурентоспособными на рынке:

1. Интеллектуальная фабрика (Smart automated plant) - полностью оцифрованная и автоматизированная для массового производства и достижения высокой эффективности затрат.

2. Фабрика, ориентированная на клиента (Customer-centric plant) - единичное производство, которое позволяет обслуживать нескольких клиентов индивидуально, преодолевая разрыв между интегрированной цепочкой поставок, достигающей масштабных выгод, и персонализированным подходом к производству и обслуживанию. Это станет возможным благодаря использованию цифрового производства, 3D-печати и сложной робототехники.

3. E-Factory (E-plant in a box) - мобильная компания, с низкими капиталовложениями, легко доступная во времени и пространстве [5].

· Правительство стимулирует работу гигантских государственных предприятий в ключевых секторах; к ним присоединились фирмы частного сектора; и гиганты ИКТ решаются на B2B, чтобы противостоять стагнации роста пользователей в своих опорных пунктах B2C. Однако быстрый переход от базовой автоматизации и традиционного программного обеспечения к производству на основе цифровых технологий и Интернету вещей предстает сложной задачей.

· Важным методическим подходом является разработка стратегии цифровой трансформации, которая служит центральной концепцией для реализации цифровых преобразований внутри фирмы. Потенциальные преимущества цифровизации многообразны, например, туда входят увеличение продаж или новые формы взаимодействия с клиентами.

Многие китайские предприятия обременены устаревшими производственными мощностями и неэффективной деятельностью компаний, и, следовательно, с меньшей вероятностью будут внедрять передовые технологии. Большое количество новых стартапов появляется в последние дни, а также наиболее крупные компании имеют устоявшийся имидж на рынке.

Источники и литература

- 1) Федорова А. Ю. Развитие Интернет-экономики // Научно-технический вестник инновационных технологий, механики и оптики. – 2007. – №41. – С. 142-149.
- 2) Абдульманов А.А., Кузьмин И.С. Характеристика сети Интернет и ее значение в системе информатизации общества // Вестник экономической безопасности. – 2010. – №2. – С. 76-79.
- 3) Маслов В. И., Лукьянов И. В. Четвертая промышленная революция: истоки и последствия // Вестник Московского университета. – 2017. – №2. – С. 38-48.
- 4) Куатбеков, Б. Н. Основные понятия, проблемы и тенденции развития IoE и IoT // Молодой ученый. – 2018. – № 2 (188). – С. 1-5.
- 5) Капустина Л. М, Кондратенко Ю. Н. К вопросу о понятии «умного предприятия» в цифровой экономике // Вопросы управления. – 2020. – №4. – С. 33-43.