

# МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ОЦЕНКИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

**В. Ю. Морозова**

*vika2002.minsk@gmail.com;*

*Научный руководитель – И. М. Лазаревич, кандидат экономических наук, доцент*

В статье описывается содержание процесса цифровой трансформации. В качестве ключевых целей выделяются изменение организационных структур, трансформация бизнес-моделей и повышение гибкости компании. В качестве основы для разработки стратегии и программы цифровой трансформации предлагается использовать оценку цифровой зрелости предприятия. Проведен сравнительный анализ восьми моделей оценки цифровой трансформации и сформулированы рекомендации по совершенствованию методов оценки цифровой зрелости предприятий.

**Ключевые слова:** предприятие; цифровая трансформация; методики оценивания; комплексный подход оценивания; характеристика методик оценивания.

## **ВВЕДЕНИЕ**

В настоящее время цифровая трансформация – один из главных факторов развития национальной экономики. Цифровая трансформация предполагает функциональное и технологическое изменения, основанные на цифровых технологиях. Так как предприятия вступают во взаимоотношения с другими субъектами хозяйствования, органами государственного управления, потребителями, а также с работниками, то требуется адаптация систем взаимоотношений посредством внедрения и развития цифровых платформ как внутри, так и за его пределами. С целью создания и сохранения конкурентных преимуществ предприятию целесообразно регулярно адаптировать составляющие элементы бизнес-модели, обеспечивающие наибольший прирост добавленной стоимости, под меняющиеся условия цифровизации.

В современных условиях наблюдается усиление влияния цифровых преобразований всех сфер экономики на эффективность и конкурентоспособность субъектов хозяйствования Республики Беларусь.

Степень гармонизации процессов цифровой трансформации предприятия в целом и его обособленных структурных подразделений, бизнес-процессов может определяться посредством различных систем показателей.

Одним из направлений внедрения цифровых инноваций является маркетинговая деятельность предприятия, требующая применения

собственной уникальной системы измерения уровня ее цифровой трансформации [1].

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Оценку прогресса цифровой трансформации на разных временных промежутках обычно осуществляют по шести измерениям, или направлениям, предложенным компанией Siemens:

–интенсивность использования данных: стратегия управления данными, аккумуляция, системы хранения и анализа данных, принятие решений, основанное на данных;

–связанность объектов и субъектов: использование сенсоров в производстве и реализации, объединение предприятий и производственного оборудования в единую сеть;

–адаптивность процессов: цифровые проектирование, моделирование и кастомизация продуктов, роботизация;

–интеграция: интеграция данных предприятия и участников цепочки поставок;

–безопасность: стратегия и внедрение систем обеспечения кибербезопасности;

–люди: руководство и обучение новым знаниям и навыкам [2].

Таким образом, к измерению эффектов цифровой трансформации необходимо подходить прежде всего с позиций оценки технико-экономических показателей бизнес-процессов, человеческих и технологических ресурсов.

С целью выработки подходов оценки уровня цифровой трансформации маркетинговой деятельности предприятия приведен сравнительный обзор существующих методик (таблица) [3, 4].

**Сравнительная характеристика методик**

| Название методики             | Авторы методики                                               | Группы показателей оценки                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Оценка цифровой трансформации | Центр цифрового бизнеса MIT (MIT Center for Digital Business) | Клиентский опыт, операционные процессы и бизнес-модели / 9 показателей                                                                                                                                |
| Модель цифровой зрелости      | Компания Deloitte                                             | Потребители, стратегия, технологии, производства, структура и культура организации / 179 показателей                                                                                                  |
| Индекс цифровой трансформации | Аналитическое агентство Arthur D. Little                      | Стратегия и руководство, продукты и сервисы, управление клиентами, операции и цепочки поставок, корпоративные сервисы и контроль, информационные технологии, рабочее место и культура / 23 показателя |

Окончание таблицы

| Название методики                                                      | Авторы методики                                  | Группы показателей оценки                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Модель оценки цифровых способностей                                    | Компания KPMG                                    | Видение и стратегия, цифровые таланты, ключевые цифровые процессы, гибкие источники и технологии, руководство / нд      |
| Цифровое пианино                                                       | Глобальный центр трансформации цифрового бизнеса | Бизнес-модель, организационная структура, сотрудники, процессы, ИТ-возможности, предложения, модель взаимодействия / нд |
| Цифровые преобразования                                                | Компания Ionology                                | Стратегия и культура, персонал и клиенты, процессы и инновации, технологии, данные и аналитика / нд                     |
| Индекс зрелости Индустрии 4.0 Asatech                                  | Национальная академия наук и техники Германии    | Ресурсы, информационные системы, культура и организационная структура                                                   |
| Оценка стратегических преобразований в процессе цифровой трансформации | Российская компания Команда-А (KMDA)             | Клиентоцентричность, коллаборации, данные, инновации, ценность, люди                                                    |

По результатам обобщения действующих методик нами предложены:

1. Группы показателей оценки:

- персонал,
- технологии,
- процессы,
- контроль качества процессов,
- клиенты,
- кибербезопасность,
- данные и аналитика,
- стратегия.

Показатели расположены по степени важности в порядке убывания.

2. Методика оценки уровень цифровой трансформации маркетинговой деятельности (расчёт уровня достижения установленных значений параметра):

1) расчет по каждой группе показателей (для анализа уровня цифровой трансформации по каждой отдельной группе);

2) расчет взаимосвязанных групп показателей (данные расчеты выполняются по той причине, что эффект от цифровой трансформации следующей группы показателей зависит от предыдущей);

3) расчет общего (единого) результата по всем группам показателей (единый результат выполняется исключительно для упрощения

анализа уровня цифровой трансформации и проверки отклонения от нормы, которая должна быть достигнута после полной трансформации).

Уровень цифровой трансформации бизнес-процессов предприятия, включая маркетинговую деятельность, можно представить в виде графиков (рисунок).



Рис.1. Пример графика



Рис 2. Пример графика

Практическое применение предложенной методики оценки уровня цифровой трансформации маркетинговой деятельности субъектами хозяйствования Республики Беларусь будет способствовать повышению эффективности контрольной функции оцениваемых ими процессов.

### Библиографические ссылки

1. АНО «Цифровая экономика» [Электронный ресурс]. URL: <https://data-economy.ru/organization> (дата обращения: 04.04.2023).
2. Цифровая трансформация компаний [Электронный ресурс]. URL: <https://economicsjournal.spbu.ru/article/download/6215/7252> (дата обращения: 07.04.2023).

3. Комплексная методика оценки уровня цифровизации организаций [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksnaya-metodika-otsenki-urovnya-tsifrovizatsii-organizatsiy/viewer> (дата обращения: 04.04.2023).
4. Цифровая зрелость предприятия: методы оценки и управления [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-zrelost-predpriyatiya-metody-otsenki-i-upravleniya/viewer> (дата обращения: 07.04.2023).