

УДК 65.011:658.3

Шведа Наталія

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЦИФРОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Shveda Nataliia

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

DIGITAL ORGANIZATIONS AND SOURCES OF THEIR COMPETITIVE ADVANTAGE

В сучасному світі, коли комп'ютери стали набагато потужнішими і виконувани ними завдання стали набагато складніші, то можна говорити про настання ери цифрових технологій. Цифрові технології зараз застосовуються в усіх сферах життя і діяльності. Проте цифрові технології і цифровізація – це не тільки і не стільки про комфорт і зручність для сучасної людини, а й про підвищення ефективності і постійний розвиток організацій з метою досягнення високого рівня конкурентоздатності. Цифровізація передбачає не тільки впровадження високих технологій в уже існуючі об'єкти, а й створення зовсім нових товарів і послуг у цифровій формі. Наслідком цифровізації стають зміни в усіх сферах життя, що впливають на формування конкурентних переваг організацій.

Таким чином, перевагами від сучасних технологій для бізнесу є:

- заміна рутинної праці людини (зокрема в наповненні бази даних інформацією, отриманою із поточних документів, наприклад, товарних чи податкових накладних;
- комп'ютерна система може працювати 24 години на добу 7 днів на тиждень;
- економія на залученні додаткового персоналу при збільшенні обсягів роботи під час сезонних піків (для цього достатньо ввімкнути додаткові комп'ютери, поставивши ті самі програми, що і на інші, а після спаду піків вимкнути комп'ютери);
- комп'ютерні технології допомагають краще прораховувати і налагоджувати процеси, робити прогнози, що веде до зниження вартості продукції для споживача;
- зменшення шахрайства, підвищення рівня прозорості в бізнесі;
- зростання легкості і швидкості здійснення багатьох операцій тощо.

В умовах цифрової трансформації змінюються підходи і до ведення бізнесу. Тому заговорили про появу повністю цифрових організацій, окрім традиційних (які ще називають аналоговими). Хоча в сучасному світі й традиційні організації теж все більше використовують можливості цифрових технологій (наприклад комп'ютерну техніку, програмне забезпечення), цифрових інфраструктур (телекомунікації, мережі), впроваджують електронну комерцію тощо. Деякі традиційні організації, щоб не порушувати власні оргструктури та класичні схеми ведення бізнесу, вводять нові бізнес-одиниці, які вже мають справу з цифровими технологіями та працюють окремо від материнської компанії. Вони створюють власну цифрову платформу, яка вже може бути основним продуктом.

Цифрова організація – це організація, яка здійснює оцифровку бізнес-процесів й послуг за допомогою сучасних технологій та інформаційних систем. Проте в сучасній науці є багато дискусій щодо суті, видів і функцій таких організацій. Перше питання виникає, коли необхідно визначити відмінні риси цифрових і оцифрованих організацій. Фахівці стверджують, що ведення бізнесу цифровою організацією вимагає створення платформи, яка синхронізуватиме та оброблятиме фінансові дані, генеруватиме звіти, автоматично відправлятиме їх у податкову тощо, що зменшить кількість ручної праці та дасть можливості для розвитку. Тому вірне твердження, що цифровий бізнес передбачає створення нових, більш досконалих процесів за допомогою цифрових технологій та перебудову структури організації, а оцифрований бізнес передбачає лише

заміну аналогових процесів цифровими без суттєвої перебудови чи удосконалення. Цифрові організації завдяки перебудові стають більш гнучкими і мобільними в порівнянні з іншими.

Щодо класифікації цифрових організацій, то можна їх поділити на дві великі групи: повністю цифрові і частково цифрові. Повністю цифрові організації зразу працюють у цифровій формі і виробляють свої продукти в цифровому вигляді. Частково цифрові організації впроваджують цифрові технології у свої виробничі процеси та виробничі лінії і виступають як цифровими споживачами, так і цифровими виробниками (хоча трапляються ситуації, що першими й другими одночасно).

Інший підхід до класифікації цифрових організацій стверджує, що їх можна поділити на три великі групи: цифрові компанії, цифрові транснаціональні корпорації (ТНК) та цифрові мультинаціональні компанії (МНК). Фахівці вважають, що усі цифрові МНК можна поділити на дві групи: фірми ІКТ (вони є високотехнологічними та телекомунікаційними) та істинно цифрові організації. Останні, у свою чергу, можна поділити на такі види: інтернет-платформи та компанії-постачальники цифрових рішень (їх бізнес пов'язаний з Інтернетом і вони працюють у цифровому середовищі); компанії, зайняті в електронній торгівлі, та виробники цифрового контенту (вони використовують змішані бізнес-моделі, в котрих окрім основного цифрового бізнесу присутні і його фізичні компоненти, наприклад, доставка товарів і послуг).

Проведені дослідження відомими науковцями підтверджують думку, що конкурентні переваги цифрових організацій стосуються багатьох аспектів бізнесу – т. зв. «цифрових опорних точок». До них відносять зростання чистого прибутку та інших фінансових показників організації, підвищення якості продукції/послуг, ступеня задоволеності клієнтів і залученості в бізнес-процеси співробітників організації, зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, реалізація програм соціальної відповідальності, процесів зростання та інновацій при збалансованому інвестуванні тощо.

Ще однією думкою фахівців є те, що для досягнення конкурентних переваг сучасним цифровим організаціям потрібні т. зв. «цифрові повороти», які будуть сприяти зростанню їх цифрової зрілості. Актуальними поворотами можуть стати:

- 1) інтеграція цифрових технологій (Інтернет речей, роботизація й кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні й туманні обчислення, безпілотні й мобільні технології, біометричні технології, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн та ін.). В цьому випадку конкурентною перевагою є постійна готовність організації до впровадження нових цифрових технологій;

- 2) створення і пропонування цифрових продуктів (до них відносять нематеріальні активи або носії, які можна багаторазово продавати й поширювати в Інтернеті без необхідності поповнювати запаси, наприклад, MP3, PDF, відео, плагіни й шаблони тощо). В цьому випадку до конкурентних переваг організації можна віднести низькі накладні витрати (товар не потребує складування); високу рентабельність (відсутність повторюваних затрат на товари); можливість автоматизації (миттєвого виконання замовлення); гнучкість продуктів (поєднання безплатних продуктів із платним доступом до ексклюзивного цифрового контенту або ліцензією на використання цифрових продуктів); електронне навчання як майбутнє освіти та освітні продукти. Разом з тим організації, що пропонують такі продукти, стикаються з рядом ризиків, зокрема споживач завжди може знайти безплатну альтернативу; ніхто не застрахований від піратства; несприятливою може бути торгова політика соціальних мереж, через які здійснюється продаж тощо;

3) використання цифрових бізнес-моделей, котрі мають ознаки інновацій; сприяють створенню цінності (ціннісної пропозиції) за допомогою цифрових технологій і в цифровому форматі; використовують цифрові канали зв'язку з клієнтами. Організація вибирає ту модель, яка відповідає її бізнес-інтересам та меті. Розрізняють кілька видів цифрових бізнес-моделей: вільна модель (послуга пропонується безкоштовно, але отримана інформація про користувачів використовується для конкретного цільового спрямування); фримієва модель (користувачі мають вільний доступ до базової версії продукту, проте якщо вони хочуть використовувати більше функцій або ресурсів, можуть перейти на плату версію або передплату); модель за запитом (дозволяє споживати послугу протягом певного часу); модель електронної комерції; модель ринкового майданчику (продавці й покупці використовують платформу третьої сторони для торгівлі своїми товарами й послугами); модель екосистеми; модель доступу з правом власності (модель спільного користування, оренди, котра дозволяє оплачувати продукт чи послугу за певний час без реальних прав власності); модель досвіду (комбінування різного досвіду і створення нової клієнтоорієнтованої екосистеми); модель передплати (передбачає одержання користувачем доступу до послуг, контенту, програмного забезпечення тощо на основі щомісячної/річної передплати); модель із відкритим вихідним кодом (наприклад, для користувачів програмним забезпеченням, яке вільне для скачування); прихована модель одержання доходу тощо;

4) реалізація концепції «цифрових робочих місць», згідно з якою компанії повинні використовувати цифрову трансформацію для узгодження технологій, співробітників і бізнес-процесів для підвищення ефективності й досягнення цілей організації. Цифрове робоче місце дозволяє задовольняти різні потреби бізнесу, зокрема надає доступ працівникам до всіх цифрових інструментів, необхідних для повсякденної роботи, насамперед віддаленої роботи; має покращений інтерфейс, що забезпечує безшовне з'єднання між віртуалізованими робочими інструментами, соціальними мережами співробітників і основними бізнес-додатками; забезпечує централізовані засоби зв'язку, які синхронізують спільну роботу онлайн і офлайн, включаючи електронну пошту, обмін повідомленнями й інструменти корпоративних соціальних мереж. З економічної точки зору впровадження цифрових робочих місць дозволяє оптимізувати й знизити витрати організації, покращити якість послуг і процесів, підвищити ефективність праці. З управлінської точки зору створення цифрових робочих місць дозволяє одержувати комплексну, критично важливу інформацію за всіма напрямками діяльності фірми з метою прийняття стратегічних, довгострокових управлінських рішень;

5) розвиток цифрових компетентностей і цифрового мислення у працівників організації. В сучасних організаціях починає з'являтися посада головного цифрового директора – Chief Digital Officer (CDO), ключовими завданнями котрого переведення бізнес-процесів, продуктів і послуг організації в цифровий формат із можливістю надання клієнтам сервісів у цифровому вигляді. Крім цього, співробітники цифрових організацій починають виконувати багато нових ролей, зокрема: Data Scientist (шукає найкращі алгоритми для розв'язання певного завдання чи розробляє нові алгоритми); Data Engineer (займається обробленням даних, їх очищенням, перетворенням); Data Analyst (аналізує дані з метою знаходження інсайтів); Data Labeler (займається розміткою даних і їх перетворенням на набори даних); Applied AI Engineer (знає, як використовувати готові алгоритми й інструменти AI для вирішення прикладних завдань); MLOps (відповідає за автоматизацію навчання моделей і налаштуванням інфраструктури, на якій навчають і розгортають ML-рішення); Big Data Engineer (працює з великими даними); Data Strategist (відповідає за загальну стратегію компанії з точки зору роботи з даними);

б) використання біонічних процесів, а саме біологічних методів і структур, а також фізіологічних процесів для розроблення інженерних рішень і технологічних методів, моделювання різноманітних механізмів, тобто фактично відбувається створення т. зв. біонічної організації. В цьому випадку організація не тільки використовує нові технології, такі як хмара, штучний інтелект та інші, створює нову технологічну платформу, а й об'єднує їх із «гнучкістю, адаптованістю й всебічним досвідом людей», щоб створити абсолютно нову сутність. Фахівці вважають, що біонічні організації вказують традиційним компаніям можливий напрям їхнього подальшого розвитку та формування конкурентних переваг.

Таким чином, цифрові технології змінюють порядок життя та вимагають від людей нового типу мислення. Людина в сучасному світі має бути постійно орієнтована на нові технології і методи в своїй діяльності, щоб організація, в якій вона працює, залишалась конкурентоздатною і розвивалась, що вестиме до зростання добробуту всього суспільства.

Список використаних джерел:

1. Слобода А. О., Скоробогатова Н. Є. Аналіз впливу цифрової економіки на конкурентні переваги країни. Актуальні проблеми економіки та управління. 2020. № 14. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/205846>
2. Конкурентні переваги та конкурентоспроможність цифрових підприємств. URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2021/Tsyfrovizatsiya21/Part_15.pdf