

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МАРКЕТИНГА

Жудро Нелла Викторовна

Белорусский национальный технический университет

nv_mk@mail.ru

Цифровизация развития социально-экономических систем изменяет жизнь человека и его экосистему с беспрецедентной скоростью и масштабом, обеспечивая огромные возможности для решения самых сложных задач создания покупательской ценности на основе платформатизации и монетизации растущего объема цифровых данных. Цифровые платформы как механизмы онлайн могут быть как посредниками, так и инфраструктурами взаимодействия самых разных стейкхолдеров традиционного и многогранного, глобального цифрового бизнеса на основе открытости, гибкости его перспектив, функциональности, масштаба транзакций и инновационных инициатив.

Цифровые платформы транзакций между двумя / многосторонними бизнесами или двумя / многосторонними рынками предлагают, как правило, онлайн инфраструктуру как рыночного обмена, так и создания адаптивных бизнес-моделей для инновационных компаний и крупных цифровых корпораций (Amazon, Alibaba, Uber, Didi Chuxing и др.) в условиях функционирования эффективного и фрактального цифрового рынка. Ключевая роль данных и цифрового интеллекта в цифровой экономике обусловлена быстрыми технологическими инновациями и сетевыми эффектами, которые приводят к экономии от масштаба и создают много новых экономических возможностей роста производительности, добавленной стоимости, занятости, доходов населения. При этом согласно аналитическим, эмпирическим и экспертным оценкам уровень эффективного функционирования экономик многих компаний варьирует в зависимости от уровня цифровизации страны и региона. С точки зрения цифрового бизнеса преобразование всех секторов и рынков через цифровизацию может приводить к производству более технологичных, функциональных и конкурентоспособных товаров, услуг, а также улучшения процессов и расширения дифференцированного доступа компаний на мировые рынки посредством лучшего удовлетворения предпочтений потребителей.

Но при этом изложенный выше позитивный эффект цифровизации экономики происходит не автоматически и может трансформироваться в замедление роста производительности, который получил название «парадокс производительности в цифровой экономике», который характерен и имеет место в 2020 году в большей степени в компаниях, странах с меньшей глобализацией и структурированностью внедрения цифровых технологий. Поэтому важно ускорение и масштабирование создания институтов и ценностей цифрового рынка (как взаимное доверие и эффективные регуляторные нормы для предпринимательства, привлечения инвестиций, инновационных стартапов

с целью увеличения для покупателей персонализированного разнообразия и выбора товаров и услуг с более низкими расходами и получения дополнительной выгоды в процессе их приобретения и использования.

Выполненные исследования актуальных проблем и трендов развития интегрированных конструкций бизнес-взаимодействия многих компаний позволили констатировать, что традиционная маркетинговая конструкция взаимодействия продуцента и покупателя ориентируется на создание для клиента цепочки добавленной клиентской ценности, которая недостаточно учитывает всю гамму покупательских предпочтений.

Традиционное понимание спроса и предложения (или производства и потребления) как линейные цепочки поставок должно трансформироваться в условиях цифровизации мировой экономики в сетевые цепочки интегрированных компаний, каждая из которых добавляет часть стоимости к «выходу» товара к клиенту.

Особенно отчетливо данная проблема проявляется в условиях техногенного шока из-за вирусного вызова для цивилизации март–май 2020 года. И, как следствие, перспективное развитие интегрированных бизнес-коммуникаций компаний на основе синергетического эффекта остается многогранным и малоизученным процессом, который пока изучен слабо и нуждается в обстоятельных научных изысканиях.

В процессе исследований актуальных проблем и трендов развития интегрирования взаимодействия экономик многих компаний установлено, что в 2020 году мировая экономика значительно изменилась из-за вирусной инфекции, которая влияет не только на поток товаров и услуг между странами, но и на перемещение людей.

Констатируя доминирующую в экспертном сообществе концепцию кризисного развития экономики всех без исключения стран, следует признать ее методологическую и эмпирическую уязвимость. Прежде всего, следует отметить отсутствие как научного, так и эмпирического обоснования фундаментального торможения и рецессии глобального развития социально-экономических систем. В реальности состояние развития социально-экономических систем имеет место практически всегда посредством исследования любых новых факторов и вызовов мега- макро-, микросреды ведения бизнеса с целью генерирования и создания адаптивной индустрии новых концепций, конструкций, инструментов и платформ его функционирования. Сформулированная аргументация базируется на авторской гибридации теорий эффективного и фрактального цифрового рынка.