

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ САМОВОСПРОИЗВОДЯЩЕЙСЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ В ПЕРИОД ЦИФРОВОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ



Кольган Мария Владимировна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и инженерной экономики, Донской государственной технической университет; 344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1
kolgan.m@yandex.ru

Исследуются проблемы адаптации современных предприятий к новым условиям цифровой экономики. Выявлены предпосылки, необходимые для дальнейшего использования цифровой трансформации в целях повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятий или получения возможности форматирования бизнеса. Условия, которые в совокупности будут способствовать эффективной коммерческой деятельности предприятий при адаптации к цифровой экономике, связаны с осуществлением деятельности предприятия исключительно на основе информатизации всех бизнес-процессов, а также при плодотворном использовании процессов разделения функций в бизнес-экосистемах, формировании со-конкурентной бизнес-среды. Содержательная характеристика организации коммерческой деятельности посредством информатизации бизнес-экосистемы представлена на примере известных бизнес-платформ: Alibaba, 1С и др. Исследованы иные креативные бизнес-объединения на примере Южного региона, которые представляют собой площадку для взаимодействия науки и бизнеса. Выявлены источники роста эффективности за счет снижения издержек в результате перехода многих бизнес-процессов в электронный формат, а также реализации парадигмы платформенных бизнес-экосистем. Разработана модель самовоспроизводящейся маркетинговой системы предприятия (СМС), как наиболее подходящего формата реализации предприятием своих интересов развития в современных условиях. Данная система позволяет наладить саморегуляцию взаимодействия организаций, объединяющих ключевых представителей сфер бизнеса, связанных с производством и реализацией потребительских товаров, которое не только включает механизм ослабления административного давления на рыночные процессы, но и дает возможность более эффективно и с меньшими затратами регулировать эти процессы. Заданы траектории дальнейших исследований в направлении создания институциональных условий развития высокотехнологичного бизнеса, а также адаптации предприятий к новым цифровым условиям и формирования новых форм организации коммерческой деятельности.

Ключевые слова: информационное общество; цифровая экономика; информационные технологии; бизнес-экосистемы; самовоспроизводящаяся маркетинговая система распределения.

1. СОДЕРЖАНИЕ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ В РАЗЛИЧНЫХ ЭЛЕМЕНТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

В ходе эволюции информационных технологий и инфраструктуры, приобретающих глобальный и в то же время прозрачный характер, возникают процессы, связанные с активностью независимых производителей и продавцов продукции, в результате чего повышается уровень конкуренции. Высвободившиеся структуры в процессе разукрупнения интегрированных систем все больше отдают предпочтение «гибким подходам» организации бизнеса, способствующим необходимым корректировкам при изменении экономи-

ческих условий [1]. Развитие информационных технологий вызвало ряд качественных изменений в общественных отношениях, стимулировало развитие неформальных связей между различными участниками бизнес-среды, а также существенно видоизменило отношения внутри самих компаний, их корпоративную среду и культуру. Под воздействием технологий предприятия становятся адаптивными элементами экономической системы.

В этом видится некое противоречие между желанием эффективно использовать информационные технологии для экономического развития и формирования доминирующей группы общества

(«глобального информационного общества»), для получения наибольшей доли во всемирном производстве и рынке сбыта, с одной стороны, и необходимостью сохранения мирового стратегического баланса сил, с другой.

Кроме того, в экономике, основанной на цифровых принципах, появляется новая форма организации бизнеса — «экосистема бизнеса», которая, как правило, используется на высокотехнологичных рынках и формируется с помощью платформенных технологий. Бизнес-экосистему на данном этапе развития цифровой экономики можно понимать, как сообщество индивидов и компаний, которые объединились вокруг