

МАРКЕТИНГОВАЯ КООРДИНАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ



Буруби Мохамед Рамзи,

аспирант Факультета технологического менеджмента и инноваций, «Национальный исследовательский университет ИТМО»; 197101, Санкт-Петербург, пр-кт Кронверкский, 49
fiyu olen@list.ru

Цифровизация – изменение формы бизнеса в условиях цифровой реальности на основе данных. Это одно из ключевых направлений маркетинговой стратегии развития бизнеса. Данный процесс находит свое применение на каждом этапе инновационного процесса: разработка, производство и вывод на рынок продукта. Определены ее достоинства в маркетинговой координации инновационных процессов: интенсификация процессов, снижение издержек, рост скорости отдельных процессов. Выявлены недостатки: риск хищения идей и взлома, затруднен на данный момент поиск компетентных сотрудников. Тем не менее, процесс цифровизации не отменяет и не меняет задач, которые решает маркетинг: исследование рынка, продвижение товара и другие. Отказ от цифровизации или отставание в развитии данного направления ставят фирмы перед существенными затратами и потерями, такими как потеря потребителей, падение объема продаж, потеря поставщиков и партнеров по бизнесу, имиджа. Успешное применение цифровизации предполагает умение управлять взаимоотношениями с контрагентами через различные каналы, оперативно реагировать на запросы, извлекать из массива данных необходимые сведения.

Ключевые слова: цифровизация; маркетинговая координация; инновации; взаимодействие; цифровая экономика; участники инновационного процесса; цифровая трансформация; бизнес.

Цифровизация заменила информатизацию и компьютеризацию, когда речь шла главным образом об использовании компьютерных технологий, компьютеров и информационных технологий для решения отдельных экономических проблем. Большие возможности для цифрового представления информации приводят к тому, что она (цифровизация) формирует целостную технологическую «среду обитания» (экосистемы, платформы) [1].

Впервые термин «цифровизация» ввел в употребление в 1995 году американский информатик Николас Негропonte (Массачусетский университет) [2].

Цифровая трансформация (цифровизация, диджитализация) – изменение формы бизнеса в условиях цифровой реальности на основе данных. Цифровая трансформация – прежде всего, означает новые бизнес-процессы,

организационные структуры, положения, регламенты, новую ответственность за данные, новые ролевые модели*.

Маркетинг стал одной из первых областей, на которые повлияла цифровая трансформация. Здесь необходимость радикальных изменений стала очевидной в первую очередь. Новые каналы продвижения, новая аудитория со своими специфическими привычками, новые требования к организации маркетинговой деятельности. Как очень быстро оказалось, предыдущие методы работы проявляют себя крайне неэффективными – будь то демонстрация рекламного ролика, который хорошо работал среди совершенно другой аудитории, или попытка предсказать реакцию клиента на общение с ним. Способность компании работать с данными выходит на принципиально иной уровень.

«Цифровизация — это направление будущего, но опирается она на коллективность или связанность, сопряженность, без этого не будет никаких данных», — сказал вице-президент подразделения сбыта и маркетинга *Intel Corporation* Поул Скулер**.

Вместе с тем, несмотря на большое количество примеров эффективности цифровой трансформации, влияния цифровых технологий на рост конкурентоспособности, улучшения взаимоотношений с клиентами, выход на новые рынки и т.п., теоретические аспекты трансформации процесса управления маркетинговой деятельностью в цифровой экономике изучены недостаточно.

Актуальными остаются задачи исследования влияния процессов цифровой трансформации на маркетинговую деятельность, организации взаимодействия субъектов рынка в цифровой среде,

* Что такое цифровизация? // Интернет-портал «Executive.ru». 10.12.2018. URL: <https://www.e-executive.ru/management/iforbusiness/1989667-cto-takoe-tsifrovizatsiya> (дата обращения: 12.10.2019).

** Новая эра: цифра идет в промышленность // Интернет-издание «Gazeta.ru». 09.06.2019. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/06/09/12403585.shtml?updated> (дата обращения: 12.10.2019).