

УДК 332.05:005:332.1

СЕТЕВЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КОМПАНИИ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ НА БАЗЕ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ

Масюк Наталья Николаевна

профессор кафедры экономики и управления
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса»

e-mail: masyukn@gmail.com

Бушуева Марина Александровна

доцент кафедры экономики
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова (Ивановский филиал)»

e-mail: bush.mar@yandex.ru

Бекасова Диана Евгеньевна

магистрант кафедры экономики и управления
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса»

e-mail: dianadipopova.1509@mail.ru

Аннотация: Цифровые технологии успешно проникают во все сферы нашей жизни, начиная от обучения и заканчивая ведением бизнеса. Для любой бизнес-структуры важной составляющей работы являются коммуникации со стейкхолдерами. Построение хороших деловых отношений со всеми заинтересованными сторонами – залог успешной деятельности компаний. В статье обоснована целесообразность использования цифровых платформ для коммуникаций со стейкхолдерами, что позволяет активизировать сетевые взаимодействия всех экономических агентов, прямо или косвенно задействованных в работе компании. Графически представлена организационная процедура принятия решения о выборе цифровой платформы для сетевого взаимодействия со стейкхолдерами.

Ключевые слова: стейкхолдеры, заинтересованные стороны, цифровые платформы, сетевое взаимодействие, цифровизация.

Эффективная и достоверная коммуникация - ключевой элемент во всех организациях. В условиях непрерывной цифровой трансформации коммуникационный ландшафт постоянно развивается. Технологии меняют способ общения компаний [1,10].

Существенные изменения и новые инновации в технологической сфере открывают путь для бизнес-коммуникаций и способов взаимодействия с заинтересованными сторонами. Большинство организаций сейчас используют онлайн-платформу для взаимодействия со стейкхолдерами, чтобы воспользоваться постоянно развивающимися технологиями и основными преимуществами этих систем [5].

У каждой заинтересованной стороны есть набор обязанностей, посредством которых они действуют в обмене ценностями. То, как заинтересованное лицо создает и поставляет ценность, обычно определяется их внутренней структурой, тогда как предоставление ценности описывает, как различные процессы и действия используются для обеспечения этой ценности, например, конкретные ресурсы и возможности доставки. Ценность создается благодаря сотрудничеству в экосистемах, которые описываются как ориентированные на инновации и благоприятные среды, в которых нелинейные инновации могут способствовать развитию новых цифровых технологий

Различные появляющиеся цифровые технологии можно в более широком смысле назвать цифровизацией, которая влияет на людей как в их профессиональной, так и в личной жизни. Термин цифровизация состоит из цифровой трансформации процесса или деятельности, чтобы получить выгоду от различных факторов, таких как уменьшение используемого физического пространства, повышение эффективности и результативности, быстрое общение и т. д. [10]. Цифровая трансформация влияет на бизнес-процессы, организационные структуры, менеджмент, операции и продукты. Среди прочего, преимущества варьируются от инноваций в создании стоимости и новых способов взаимодействия с различными заинтересованными сторонами до точки полного изменения своей стратегии.

В эпоху глубокой цифровизации крайне важно согласовать стратегию цифровой трансформации со стратегией бизнеса, хотя не все бизнесмены с этим соглашаются [2]. Ряд исследователей заявляют, что стратегии цифровой трансформации имеют четыре основных аспекта: использование технологий, изменения в создании стоимости, структурные изменения и финансовые аспекты.

Исследования последних лет показывают тенденцию того, как организации становятся «платформенными организациями», когда заинтересованные стороны, такие как сотрудники, спонсоры и клиенты, не играют стабильной роли, а скорее сотрудничают для создания индивидуализированного продукта или услуги. с охватом различных рыночных ниш [1,3].

При использовании цифровых платформ обычно всех стейкхолдеров делят на пять основных групп:

- конечные пользователи (клиенты или сотрудники);
- люди в организации, которые участвуют в продаже товаров или оказании услуга конечным пользователям;
- администраторы и руководители компаний, которые финансируют и контролируют платформу;
- партнеры по экосистеме, которые предоставляют услуги, инструменты и продукты, используемые на платформе;
- партнеры по экосистеме, которые все активнее участвуют в монетизации платформы (их платформы переплетаются или получают выгоду от платформы вашей компании).

Стейкхолдерские цифровые платформы используются в том случае, когда руководитель организации желает находиться в тесной связи с заинтересованными сторонами, включая государственные органы и коммунальные предприятия, представителей промышленности и их ассоциации, общественные неправительственные организации [9].

Посредством обмена знаниями и опытом стейкхолдерская платформа направлена на определение потребностей и ожиданий заинтересованных сторон, а также на определение всех технических и экономических барьеров по всей технологической цепочке от первой стадии производственного процесса до рыночной эксплуатации желаемых продуктов, а также предоставление предложений о возможных решениях, которые принимаются в ходе работы. Также планируется, что стейкхолдерские платформы будут играть ключевую роль в разработке и выполнении мероприятий по распространению информации.

Стейкхолдерская платформа выполняет следующие функции:

- а) оказание помощи в определении потребностей и ожиданий заинтересованных сторон от подготовительного сектора производства до рыночной реализации конечных продуктов;
- б) оказание помощи в выявлении технических, экологических, нормативных, экономических и социальных барьеров и ограничений по всей технологической цепочке, а также продукции;
- в) предоставление рекомендаций и предложений относительно осуществимости возможных решений, которые будут исследованы и найдены в ходе работы;
- г) оказание поддержки в разработке целевых материалов и их распространение через коммуникационные сети самих заинтересованных сторон и др. [8].

При выборе цифровой платформы руководитель организации должен учесть цифровую готовность и цифровую грамотность стейкхолдеров, а также обсудить с ними другие пожелания. Здесь возможна такая ситуация, когда у стейкхолдеров нет специалистов,

владеющих цифровыми компетенциями, хотя требования к их наличию является неотъемлемой частью современного рынка труда [6].

Во многих случаях выбор специалистов с цифровыми компетенциями осуществляется в пользу молодых людей, которые в силу возраста и специальной подготовки зачастую оказываются более пригодными к работе с цифровыми платформами [4].

Организационная процедура принятия решения о выборе цифровой платформы показана на рисунке 1.



Рисунок 1. Организационная процедура принятия решения о выборе цифровой платформы для сетевого взаимодействия со стейкхолдерами

Из рисунка видно, что принятие решения по выбору платформы представляет собой управленческий бизнес-процесс, который выполняется параллельно двумя группами акторов: с одной стороны, выступают руководители и эксперты, с другой – стейкхолдеры и граждане. Несмотря на то, что основное решение принимает

руководитель организации, тем не менее, важным шагом в этом процессе является групповое обсуждение.

Таким образом, платформенные решения являются актуальной темой в управлении организацией любой формы собственности. Цифровые платформы обеспечивают легкий доступ к сетям, ресурсам, финансированию и другим факторам, которые помогают приблизить будущие инновационные технологические решения. Независимо от размера компании, предлагающей такую цифровую платформу в качестве стейкхолдерской, создаваемая среда является местом для эффективных коммуникаций заинтересованных сторон.

Библиографический список

1. Василенко Н.В., Кудрявцева К.В. Становление экономики нового типа: взаимообусловленность ее цифровизации и сервисизации [Текст] // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. СПб.: ФГАОУ ВО СПбПУ, 2017. С. 67–91.
2. Васильев В. Нужна ли бизнесу цифровизация? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.itweek.ru/its/blog/management/9507.php>.
3. Грибанов Ю.И., Аленина К.А. Сетевое управление как основа цифровой экономики. [Текст] // Электронный научный журнал «Управление экономическими системами». 07.03.2018. URL: <http://uecs.ru/teoriyaupravleniya/item/4804-2018-03-06-16-57-46>.
4. Кирьянов А.Е. Реальность кванториума: подготовка молодых кадров для цифровой экономики / А.Е. Кирьянов, Д.В. Маслов, Н.Н. Масюк, А.А. Кириллов // Инновации. - 2020. - № 2 (256). - С. 56-67.
5. Масюк Н.Н. Платформы цифрового опыта и цифровой трансформации в инновационной экономике / Н.Н. Масюк, М.А. Бушуева, Л.К. Васюкова, А.Е. Кирьянов // Материалы III Международной научно-практической конференции «Resonances Science» (Карловы Вары, Чехия-Москва, Россия), 7-8 ноября 2018 г.
6. Масюк Н.Н. Рынок труда и ключевые компетенции цифровой экономики / Н.Н. Масюк, О.С. Панькова // Цифровой регион: опыт, компетенции, проекты: сборник статей Международной научно-практической конференции (г. Брянск, 19 ноября 2019 г.) [Электронный ресурс]. Брянск: Брян. гос. инженерно-технол. ун-. 2019. С.467-471.
7. Развитие цифровой экономики в регионах России. Потенциал и перспективы [Электронный ресурс]. URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-2019-razvitie-tsifrovoy-ekonomiki-v-regionakh-rossii-potentsial-i-perspektivy/discussion/> (дата обращения 11.11.2020).

8. Coyle, D. (2016). Making the Most of Platforms: A Policy Research Agenda. The JeanJacques Laffont Digital Chair | IAST Toulouse.
9. Eurobarometer (2016). The Use of Collaborative Platforms. Flash Eurobarometer. European Commission.
10. Tapscott, D. (1997). The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence. New York, USA: McGrawHill.

Ссылка на статью: (пишется на последней страничке автореферата).

И в список литературы ее тоже надо вставить (где-то в тексте на нее сослаться)

Текст статьи можно полностью перенести в диссертацию.

Бекасова Д.Е. Сетевые взаимодействия компании со стейкхолдерами на базе цифровых платформ / Н.Н. Масюк, М.А. Бушуева, Д.Е. Бекасова // В сборнике по материалам IX Всероссийской научно-практической конференции «Информационное развитие России: состояние, тенденции и перспективы». Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Среднерусский институт управления. Орел, 4 декабря 2020.