

ЧЕТВЕРТАЯ ИНДУСТРИАЛЬНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

Воздействие на бизнес





Цель: изучение воздействия 4-ой промышленной революции на бизнес.

Основные идеи:

1. Влияние на бизнес.
2. Ожидание клиентов.
3. Продукты, усовершенствованные данными.
4. Коллаборативные инновации.
5. Новые операционные модели.
6. Сочетание цифрового, физического и биологического миров.

Влияние на бизнес

Стремительное развитие технологий позволяет изобретать и воплощать в жизнь самые смелые идеи. Большие горизонты открывают перед представителями бизнеса слияние таких технологий, как блокчейн и искусственный интеллект, трехмерная печать и робототехника. Четвертая промышленная революция поможет поднять бизнес на совершенно другой уровень. Однако не стоит забывать и о вызовах, проблемах перед представителями бизнеса. В своей книге Клаус Шваб упоминает об основных последствиях для бизнеса, которые рассмотрены ниже.

Ожидание клиентов

Согласно автору, одним из наиболее ярких последствий 4-ой промышленной революции будет изменение в ожиданиях потребителей, где клиентами будут как физические лица B2C (Business to client), так и компании B2B (Business to business). Ожидания клиентов это опыт использования продуктов или сервисов. Четвертая промышленная революция развивает технологии, благодаря которым производители могут с невероятной точностью предсказать желания своих конечных потребителей. Возможность опираться на различные данные, в том числе связанных со стилем жизни, предпочтениями, поведенческими особенностями предоставляют бизнесу обширную и детальную карту потенциального клиента. Таким образом, предприниматели могут придавать товару именно такой вид и качества, которые хотели бы видеть потребители. А маркетинговые исследования смогут точно определять целевую аудиторию компании, а также смогут лучше понимать инструменты донесения информации о продукте до клиента, что в потенциале может сократить затраты на продвижение товара.

Сегодня практически каждая сфера предпринимательства стала прозрачной для потребителей. Таким образом, клиент всегда будет выбирать лучший товар в соотношении цена качество, что будет подталкивать предпринимателей к постоянному улучшению качества. Более того, покупателю для покупки необходимого товара или услуги достаточно провести минимальное количество манипуляций со своим смартфоном или компьютером, что подталкивает предпринимателей оптимизировать свою работу и делать все возможное, чтобы клиент остановился именно на их товаре или услуге, соответственно растет конкуренция.

Продукты, усовершенствованные данными

Цифровые усовершенствования продуктов становятся неотъемлемой частью современного бизнеса. Компании стараются улучшать товары и услуги с помощью современных технологий не только для повышения качества товара и увеличения сфер его применения, но также и для уменьшения его стоимости, что в свою очередь окажет прямой эффект на доходы компании. Более того, современные компании уже начали менять свое восприятие и управление активами. Хорошим примером послужит компания Tesla, в которой постоянное обновление



системы и программного обеспечения помогают удерживать ценность продукта. Такие мировые корпорации, как Google и Apple, уже развивают свою деятельность в автомобильном рынке. На сегодняшний день порядка 40 % стоимости автомобиля приходится на электронику. Более того, автор утверждает, что в будущем производство электроники и программного обеспечения для автомобилей может быть стратегически более выгодным, чем производство самого автомобиля. Клаус Шваб предполагает, что выход таких гигантов на автомобильный рынок показывает, что компании могут переqualificироваться с производства электроники на производство автомобилей. Также развитие собственных экосистем предпринимателями дает толчок к продаже дополнительных товаров. Рассматривая Apple в качестве примера, мы можем видеть, как «яблочные продукты» дополняют друг друга, а клиенты готовы покупать и другие товары для дополнения и усиления уже имеющихся продуктов Apple.

Коллаборативные инновации

«В мире, где для клиентов создается возможность получать определенный опыт, услуги основаны на информации, а функциональность изделия оценивается с помощью аналитики, требуются новые форматы сотрудничества, особенно если учесть, как быстро появляются инновации и возникают деструктивные воздействия», – Клаус Шваб. Согласно Швабу, вышеуказанное мнение относится как к большим корпорациям, так и к новым игрокам на рынке, где первым не хватает маневренности и чуткости к изменениям в запросах клиентов, а последним не хватает капитала и собственной базы данных. В своей книге Клаус Шваб ссылается на отчет Форума «Коллаборативные инновации: преображая бизнес, способствуя росту», в котором утверждается, что использование ресурсов несколькими фирмами в рамках совместных инноваций повышает ценность для всех сторон. В качестве примера автор приводит сотрудничество компаний Siemens и Ayasdi. Данное объединение позволяет Siemens дать возможность работать с компанией, способной решать непростую задачу генерации идей на основе работы с большим массивом данных, в то время как Ayasdi могут протестировать их топологический подход к анализу данных на основе реальной информации, расширяя при этом свое присутствие на рынке.

Новые операционные модели

Клаус Шваб утверждает, что 4-ая промышленная революция требует от предпринимателей пересмотра своих операционных моделей. В современных реалиях компаниям приходится уделять меньше стратегическому планированию из-за того, что перед ними возникла необходимость действовать быстрее и проявлять большую мобильность. Более того, согласно наблюдениям автора, возрастает число потребителей, предпочитающих не приобретать физические объекты в собственность, а приобретать право использования. К примеру, сегодня мы можем приобретать книги и воспользоваться сервисом Kindle store от Amazon или воспользоваться услугами проката автомобилей вместо приобретения собственного.

Изменения, связанные с переходом на новые бизнес модели и большим использованием технологий, диктуют и свои правила касательно безопасности. С учетом всех нововведений предприятия будут вынуждены увеличивать свои затраты на кибербезопасность и сохранность данных. Более того, с изменением бизнес модели поменяется и структура самих предприятий, в том числе корпоративная культура. Новые операционные модели обязуют предпринимателей пересмотреть вопросы профессиональных навыков и отбора сотрудников, систем модели мотиваций. Учитывая возрастающую роль информации в бизнес моделях, сотрудникам необходимо приспособить и свои навыки, а предприятиям нанимать квалифицированные кадры.



Сочетание цифрового физического и биологического миров

Мы поговорим о компаниях способных объединять в себе несколько измерений (цифровое, физическое и биологическое). Эти бизнес модели, включающие, объединяющие несколько измерений, показывают, как и в какой степени происходит disruptive процесс. На своих рынках такие компании не являются владельцами активов, но они предоставляют доступ к активам, которыми владеют другие компании или люди. Согласно Клаусу Швабу, у таких компаний есть преимущество над давно присутствующими на рынке конкурентами в виде быстрого и удобного подбора соответствующих запросов и предложений, в виде предоставлений более качественной информации. Такой подход со временем подорвет сложившиеся позиции традиционных участников и сотрет границы между отраслями. Многие руководители крупных компаний считают, что слияние отраслей будет основной силой, которое оказывает влияние на бизнес.

Компаниям, которые будут добиваться больших успехов, необходимо будет постоянно работать над своими конкурентными преимуществами и совершенствовать их. Перед предприятиями будет стоять задача в непрерывной инновационной деятельности и наименее успешные будут вынуждены уйти с рынков, их выдавят с этих рынков. Таковы будут правила естественного отбора. Как утверждает Шваб, такое положение вещей приведет к распространению философии «постоянной работы в режиме бета-версии», другими словами, постоянного развития. Также автор предполагает рост числа антрепренеров, где часть будет отвечать за предпринимательство внутри компании, а часть вне компании. Изменения, указанные в этом конспекте, ведут к тому, что малые и средние предприятия будут иметь преимущество в скорости и маневренности, а более крупные будут пользоваться преимуществами, которые дает им их масштаб и ресурсы. Но вместе с тем, все гиганты будут вынуждены постоянно находиться в поиске способов и инновации для повышения своей конкурентоспособности.

Контрольные вопросы

1. Каким образом большие данные движут прогресс?

Дополнительные ресурсы по теме лекции

1. Четвертая промышленная революция и вызовы для правительства. Дэвид Лай.

Глоссарий

Дизруптивный – разрывающий.