

Бывшев Владимир Игоревич

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ И ЕЕ ТРЕНДЫ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

***Аннотация:** цифровая трансформация в сфере услуг охватывает социальные (инфлюенс-маркетинг, локальные бренды), культурные (коллаборации с искусством), технологические (кибербезопасность) и интеграционные (платформы, экосистемы) тренды, формируя адаптивную инфраструктуру. Для их реализации необходимы стратегические инвестиции в технологии и кадры, что обеспечивает конкурентоспособность и устойчивое развитие сектора в цифровую эпоху.*

***Ключевые слова:** инновации, инновационная инфраструктура, организации сферы услуг, цифровая трансформация, тренды цифровой трансформации.*

В современном мире цифровая трансформация пронизывает все сферы и отрасли экономики, безусловно в стороне не осталась и сфера услуг и ее инновационное развитие, которое может осуществляться через специализированную инновационную инфраструктуру развития организаций сферы услуг.

Рассмотрим тренды цифровой трансформации для организаций сферы услуг и ее инновационной инфраструктуры. Одним из основных направлений трендов для данной сферы является социальное направление, рассмотрим какие тренды в данном направлении присутствуют. Социальная ответственность организаций сферы услуг – ключевой тренд последнего десятилетия. Социальная ответственность позволяет организации сферы услуг обеспечить благоприятный имидж на международном и национальном рынке, население начинает рассматривать функцию ответственности предприятия не только в рамках финансовых показателей, но и пользы обществу. Примерами социальной ответственности

организаций сферы услуг может быть отчисление части прибыли в благотворительные фонды, в помощь пострадавшим или же на строительство социальных объектов территории присутствия таких организаций сферы услуг [1].

Развивает тренд социальной ответственности такой тренд как создание групп и сообществ в социальных сетях для продвижения предоставляемых организациями услуг, такой тренд может быть реализован как самой организацией, так и привлекаемым ею инфлюенсером [2]. Рассмотрение данного тренда позволяет плавно перейти на третий тренд социального направления – работа с инфлюенсерами. Примерами реализации тренда на инфлюенс-маркетинг у организаций сферы услуг является онлайн-школа «Умскул» взаимодействующая более чем со 150 инфлюенсерами, организации финансового сектора сферы услуг – Сбер для продвижения молодежной карты сотрудничал с Егором Кридом и Даней Милохиным, сектор услуг связи МТС осуществляет продвижение услуг с Дмитрием Нагиевым. При этом данный тренд не стоит на месте и начиная с 2023 г. происходит развитие данного явления, организации, которые не могут позволить продвижение через крупных инфлюенсеров прибегают к услугам локальных инфлюенсеров [3].

Следующим рассматриваемым направлением цифровой трансформации организаций сферы услуг с позиции трендов будет культурное направление. Данное направление будет отчасти смежным с социальным, однако оно все равно имеет свою идентичность в части создания культурного фона вокруг организации сферы услуг. Первым трендом данного направления является создание культуры предоставления услуг в новой электронной форме при помощи обучения потребителей и работников организаций сферы услуг. Примерами реализации такого тренда является обучение преподавателей образовательных организаций по созданию онлайн курсов на платформах этих образовательных организаций, а примером работы с потребителем является бесплатные курсы по финансовой грамотности и использовании цифровых сервисов организаций финансового сектора сферы услуг от Сбера и Т-Банка. В секторе транспортных услуг

распространены различные презентации и брошюры с инструкциями по онлайн покупке билетов от РЖД, Аэрофлота, S7 [4].

Тренд на коллаборацию организаций сферы услуг с представителями культуры, стал усиливаться благодаря цифровой трансформации. Проявлением данного тренда является создание арт объектов в цифровой среде, посвященных организациям сферы услуг, или организация онлайн выставок работ деятелей культуры при помощи интернет-порталов, или вычислительных мощностей организаций сферы услуг. В основном данный тренд развился среди крупных организаций сферы услуг, как правило финансового сектора с развитым информационно-коммуникационным блоком. Примерами таких коллабораций является Сбер и Третьяковская галерея, Т-Банк и стрит-арт художники, Почта-банк и Пушкинская карта [5].

Третьим трендом цифровой трансформации организаций сферы услуг по направлению культуры стало развитие культуры локальных брендов. Айдентика в основном получила популярность в таких секторах сферы услуг как туризм и общественное питание и проявляется привязке услуг к локации организации при этом связка данного тренда с цифровой трансформацией прослеживается на этапе распространения информации о локальном бренде на другие территории при помощи цифровых сервисов и продвижений [6].

В направлении безопасности цифровой трансформации организаций сферы услуг основным трендом является использование систем защиты от кибератак. Развитие данного тренда обусловлено увеличением кибератак и интернет-мошенничества с похищением конфиденциальной информации о потребителях организаций сферы услуг. Как и по предыдущим направлениям наиболее развито использование систем безопасности организаций сферы услуг в секторе финансов и транспорте, где больше всего и распространены киберпреступления. Так, наибольшие утечки данных пользователей услугами происходят в секторе транспорта лидерами с отрицательной точки зрения являются авиакомпания «Победа», сервисы доставки СДЭК, Яндекс еда и Почта России [7].

Вторым трендом данного направления является внедрения систем управления доступом для сотрудников и разработка политик безопасности в организациях сферы услуг. Данный тренд является проявлением цифровой трансформации организаций сферы услуг и одним из элементов защиты от утечек информации и конфиденциальных данных, помогающих усилить применение систем защиты от кибератак [7].

Рассматривая направление, интеграция в контексте цифровой трансформации организаций сферы услуг можно выделить основной тренд последних лет, платформизация организаций сферы услуг. Данный тренд получил широкое распространение организаций таких секторов услуг как туризм, медицина, развлечения, транспорт. Примерами платформ предоставляющих информацию об услугах различных организаций являются – Яндекс такси, авито, турвизор, авиасэйл и другие. Платформизация организаций сферы услуг позволяет им расширять свою аудиторию без увеличения инвестиций в создание собственных цифровых сервисов и технологий и без содержания дорогостоящего штата сотрудников, который может позволить себе не каждая организация сферы услуг [6; 7].

Следующим трендом, относящимся к интеграции организаций сферы услуг обусловленным их цифровой трансформацией, является создание экосистем услуг. Примерами этого явления служат экосистемы Яндекса, Сбера и других организаций [6; 7].

Таким образом, современные цифровые тренды играют ключевую роль в развитии инновационной инфраструктуры сферы услуг [8; 9]. Они формируют адаптивные и клиентоориентированные решения, позволяющие организациям реагировать на рыночные изменения и сохранять конкурентоспособность. Для реализации этих механизмов необходимы стратегическое управление, технологические инвестиции и развитие кадрового потенциала, что в итоге создаёт устойчивую основу для эволюции сферы услуг в цифровую эпоху.

Список литературы

1. Моргунова А.Д. Социальная ответственность организации / А.Д. Моргунова, И.С. Бессонов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – №12–3 (87).
2. Полякова В.Р. Социальные сети как инструмент цифрового потенциала предприятия сферы услуг / В.Р. Полякова // ГОУ ВПО «ДОННУ». – 2024. – С. 141.
3. Крыль Е.С. Факторы влияния на имидж бренда при взаимодействии с инфлюенсерами / Е.С. Крыль, Е.А. Брычкова, О.Н. Жильцова // Отходы и ресурсы. – 2023. – Т. 10. №1. DOI 10.15862/35ECOR123. EDN PJEWFM
4. Дай Ли. Цифровизация и развитие «умного» общества: логика и практика управления / Ли Дай, Сяюй Цзян, В.С. Усков // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2023. – Т. 16. №4. – С. 88–108. – DOI 10.15838/esc.2023.4.88.5. – EDN QTIAEG
5. Людмила Т.Н. «Пушкинская карта» – драйвер стратегии воспитания молодежи и развития сферы культуры региона / Т.Н. Людмила // Творчество и современность. – 2023. – №2 (20). – С. 127–135. DOI 10.37909/2542-1352-2023-2-2021. EDN GPTAVU
6. Каячев Г.Ф. Использование междисциплинарного подхода в оценке роли бренда «Енисейская Сибирь» в продвижении товаров и услуг компаний Красноярского края на рынке Китая / Г.Ф. Каячев, М.А. Брюггеман, А.Г. Волкова // Экономика и управление инновациями. – 2023. – №3. – С. 54–63. DOI 10.26730/2587-5574-2023-3-54-63. EDN BCDOOG
7. Афанасьева С.В. Инновационные методы предотвращения киберугроз в целях обеспечения экономической безопасности организации / С.В. Афанасьева, Е.С. Черепанова, Н.В. Шехова // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2023. – №2. – DOI 10.18287/2542-0461-2023-14-2-7-16. – EDN WGCCZC
8. Результаты поддержки гуманитарных научных исследований на территории Красноярского края в рамках Региональных конкурсов «Российское могущество прирастать будет Сибирью и Ледовитым океаном» 2016–2018 гг. /

В.И. Бывшев, И.А. Пантелеева, К.В. Парфентьева, Д.А. Бакшт // Северные Архивы и Экспедиции. – 2019. – Т. 3. №2. – С. 59–69. DOI 10.31806/2542-1158-2019-3-2-59-69. EDN EEUEGC

9. Пантелеева И.А. Итоги экспертной дискуссии «Региональные институты развития науки как драйвер роста кадрового потенциала региона» (Красноярский экономический форум 2023 г.) / И.А. Пантелеева, И. В. Писарев, В.И. Бывшев // Управление наукой и наукометрия. – 2023. – Т. 18. №1. – С. 141–151. – DOI 10.33873/2686-6706.2023.18-1.141-151. – EDN MDXDXU.