

УДК 65

**УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ
ЭКОНОМИКИ**

А.И. Зайченко

Студент 3 года обучения

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

e-mail: idroid1812@gmail.com

Б.В. Мартынов

к.ф.н., доцент

кафедра «Менеджмент»

Аннотация: В этой работе будет представлено то, как предприятия будут функционировать в условиях расширяющейся цифровой экономики. Цифровые экосистемы заставляют полностью переосмыслить способы традиционного осуществления бизнеса, и мы рассмотрим, как новые условия будут менять будущее предпринимательства. Также мы узнаем об опыте изменения бизнес-ландшафта от некоторых ведущих компаний и консалтинговых агентств.

Ключевые слова: Цифровая экономика, бизнес, компании, отрасли, технологии.

**BUSINESS MANAGEMENT DURING THE DIGITALIZATION OF
THE ECONOMY**

A.I. Zaichenko

Scientific adviser

B.V. Martynov

Abstract: This paper will show how enterprises will operate in the face of an expanding digital economy. Digital ecosystems make us completely rethink the ways of traditional business implementation, and we will consider how new conditions will change the future of entrepreneurship. We will also learn about the experience of changing the business landscape from some of the leading companies and consulting agencies.

Keywords: Digital economy, business, company, industry, technology.

Предприятия должны адаптироваться к новым способам ведения бизнеса по мере их трансформации от единичных объектов с их собственными системами и процессами до становления частью быстрорастущей цифровой экономики. Данная научная статья будет

рассматривать три основных направления изменений бизнеса в современных условиях:

1. Стремление к real-time бизнесу. Цифровая экономика ускоряет темпы бизнеса и ожидания всех вовлеченных сторон начиная от поставщиков заканчивая конечными покупателями.

2. Внедрение бизнес инноваций. Поскольку организации стремятся к бизнесу в режиме реального времени, разрабатываются новые инновационные продукты, процессы и бизнес-модели. В этом пункте рассматривается, как компании должны измениться внутренне и внешне, и почему сотрудничество жизненно важно для инноваций в бизнесе во всех отраслях.

3. Раскрытие agile бизнеса. Поскольку компании подвергают инновациям свои бизнес-модели, они, естественно становится более гибкими, что имеет решающее значение в сегодняшней быстро развивающейся бизнес-среде. В данной главе внимание будет уделено тому, что предприятиям необходимо сделать, чтобы оставаться актуальными, отзывчивыми и гибкими.

Быстрое расширение цифровой экономики оказывает значительное влияние на многие отрасли, почти каждая компания будет вынуждена переосмыслить все аспекты своего бизнеса, чтобы не отставать от темпов перемен. «Инновационная деятельность это не только создание, открытие технологий, но так же направленность людей на гибкость, мобильность, непрерывному образованию и совершенствованию» [1]. Потенциал управления компаниями в реальном времени повышает ожидания бизнес-ландшафта, а именно компаний B2B и B2C. Постоянно растущая скорость коммерции является движущей силой стремления к real-time бизнесу. Ключевыми драйверами этого спроса являются: технологии, потребители, сотрудники и бизнес-сети в цепочке поставок.

В соответствии с недавними исследованиями IBM, многие руководители компаний утверждают, что четыре конкретные технологии

будут основной движущей силой изменений в этом направлении в краткосрочной перспективе, а именно: мобильные решения на основе данных о пользователях, когнитивные вычисления, интернет вещей и облачные вычисления.

Также, иногда руководители забывают, что сотрудники также являются потребителями. Все они уже привыкли работать с молниеносными приложениями на своих телефонах, в связи с чем устаревшие бэк-офисные системы кажутся им мучительно медленными. Именно поэтому сотрудники являются одной из причин спроса на real-time бизнес.

Изменения цифровой экосистемы могут отправить компании и отрасли в совершенно новые направления, где они должны будут изменить традиционные способы управления ресурсами, технологическими процессами, затратами, доходами, а также предложениями для клиентов. Например, «для обеспечения актуализации и реализации транзитного потенциала региону необходимо наращивать научно-технический и сервисный потенциал, используя преимущества цифровой экономики» [2].

Крупнейшая консалтинговая компания в сфере менеджмента Capgemini выделяет пять различных подходов к инновационным изменениям бизнес-моделей:

1. Использовать технологии для изменения динамики всей отрасли. Цифровые новаторы используют технологии по-новому, и затем используют свои изобретения как примеры, чтобы приносить пользу целым отраслям. Например, уникальная бизнес-модель производителя электрических автомобилей Tesla Motors имеет совершенно другую систему по сравнению с большинством автомобильных компаний. Они напрямую связываются с потребителями, полностью обходя посредников в лице автомобильных дилеров, таким образом они направлены на то, чтобы повлиять на изменения в общении с клиентами во всей автомобильной промышленности. Также, в

2014-м году Tesla открыла все патенты, связанные с производством своих электромобилей в стремлении стимулировать инновации в этой отрасли.

2. Заменять продукты и услуги цифровыми альтернативами. Ожидания клиентов вынуждают многие компании изменять свои бизнес-модели и внедрять цифровые версии продуктов или услуг. Netflix произвел революцию в индустрии распространения фильмов и тв-шоу и в процессе уничтожил конкурентов, которые не успели достаточно быстро адаптироваться. С момента своего создания в качестве сервиса проката медиаконтента Netflix продолжает изменяться в ответ на вызовы современных технологий и тенденций. На данный момент Netflix сообщает, что им удалось завоевать доверие 80 миллионов подписчиков в более чем 190 стран мира.

3. Создавать новые цифровые предприятия. Даже традиционно нетехнологические компании могут внедрять в свою компанию элементы цифровой экономики, позволяющие расширять их клиентскую базу и менять отраслевые стандарты. Starbucks, традиционная кофейня, стала пионером в своей отрасли, запустив специальный цифровой блок в 2008-м году в качестве межфункционального способа предоставления новых услуг своим клиентам через мобильные устройства. Теперь Starbucks делает более 7 миллионов мобильных транзакций в неделю, более 16% всех транзакций, осуществляемых компанией.

4. Переосмысление ценностного предложения. В условиях цифровизации экономики компании обязаны улучшать существующие продукты и сервисы с использованием цифровых технологий. Многие зарубежные компании и целые отрасли видят огромную ценность в больших данных, которые они накопили о покупательских привычках своих клиентов. Теперь они используют эту информацию для формирования конкурентного преимущества внутри своей индустрии. Michelin больше не продает исключительно шины, они перешли к сервисной модели путём установки телеметрических датчиков в транспортные средства клиентов для анализа

характеристик автомобиля и обеспечения рекомендаций по сокращению потребления топлива в реальном времени.

5. Редизайн бизнес-сети. Ключевой компонент каждого бизнеса – это чётко выстроенная цепь поставщиков, дистрибьюторов, экспертов по обслуживанию, а также маркетологов. Отличным примером может послужить рост интереса к гипер-подключенным и интеллектуальным автомобилям на рынках развитых экономик. Перед исторически медленной, иерархичной автопромышленностью встала сложная задача – кардинально поменять свои бизнес-модели для работы с быстро развивающейся цифровой средой, чтобы удовлетворить потребительский спрос.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Мартынов Б.В., Фартунская Т.В. Внутрифирменное предпринимательство в образовательной организации как метод мотивации инновационной деятельности НТР и канал коммерциализации её продуктов // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. – 2017. – № 5. – С. 601 – 605.
2. Мартынов Б.В., Прокопенко Е.С. Университет в региональной инновационной системе как элемент структуры системы менеджмента международного транспортного коридора // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 2 (87) – С. 36 – 39.