

4. Стрельник Е.Ю., Жуковец Т.О. Эволюция подходов к управлению на основе ключевых показателей эффективности // Материалы Экономического форума с международным участием. Сборник научных статей. – 2017. – С. 184–186.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В ПЕРИОД COVID-19

Еркимбаева М.А.

Казанский федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация: COVID-19 внес свой вклад для нового уклада жизни всего человечества. В России и во всем мире люди начинают работать дистанционно, многие были не готовы к столь решительным переменам, что привело к цифровой трансформации бизнеса.

Ключевые слова: COVID-19, цифровая трансформация, цифровизация, цифровая экономика.

В 2019–2020 гг. произошла непредвиденная ситуация во всем мире, которая в ближайшем времени может перевернуть жизнь всего человечества в совершенно другом направлении. Это – пандемия COVID-19.

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) 11 марта 2020 года формально объявила эпидемию коронавируса пандемией.

Эпидемия коронавируса в мире может изменить целые отрасли и модели поведения компаний и потребителей. Переход к онлайн-шопингу может стать долгосрочным трендом, как и перевод сотрудников на удаленный режим работы.

Коронавирус, захвативший более 150 стран, уже серьезно повлиял на мировую экономику: закрываются предприятия, сотрудники переходят на удаленную работу, школы и вузы – на дистанционное обучение. Акции ведущих компаний падают, тогда как котировки онлайн-бизнеса – растут.

Карантин и самоизоляция вынудили многих сотрудников уйти на удаленную работу. Согласно прогнозу IDC, именно компании, которые дают инструменты для ведения бизнеса онлайн, могут выиграть за счет пандемии. В первую очередь, это сервисы, позволяющие проводить видеоконференции, конференц-колы, групповые звонки.

Но цифровизация несет в себе и некоторые риски. Главная опасность – это активизация киберпреступников, которые своими действиями могут разрушить всю систему автоматизации экономики. Негативные аспекты могут проявиться и в массовой безработице – роботизированная техника обладает производительностью в разы выше работоспособности человека.

COVID-19 уже сильно повлиял на весь малый и средний бизнес в России. Некоторым компаниям, чтобы хоть как-то остаться на плану пришлось уйти из офлайна в онлайн. А многие компании уже успели обанкротиться. В крупных компаниях дела также обстоят не лучшим образом: людей отправляют в административный отпуск, если у них нет работы и закончился отпуск за счет работодателя либо же сокращают рабочие часы с пропорциональным снижением заработной платы.

В России развитие цифровых технологий сдерживается не только нехваткой свободных средств, но и слабостью инновационного сектора. Тормозит процесс трансформации высокий уровень бедности населения, консервативное мышление граждан и предубеждение по отношению ко всему новому, проблемы кадрового дефицита. Для цифровой экономики неприемлема бюрократизация технических процессов, это делает невозможным автоматизацию однотипных процессов. Для устранения такого барьера придется вносить изменения в правовую базу во всех сферах деятельности.

Россия по уровню развития цифровой экономики значительно отстает от лидеров этого сегмента, где цифровизация находится на начальной стадии. Для трансформации экономики необходимо изменить подход к образованию и развитию науки. Для успешной реализации

государственных программ перехода на цифровые технологии нужен высокопрофессиональный кадровый резерв, способный внедрить инновации в практику [1, с. 31]. Однако численность подготовки кадров и соответствие образовательных программ нуждам цифровой экономики недостаточны. Имеется серьезный дефицит кадров в образовательном процессе всех уровней образования. Причем речь идет не только о технических специалистах, но и о качественно новых управленческих кадрах – менеджерах, которые могли бы управлять командами в рамках новых цифровых бизнес-моделей. Таким образом, новая технологическая реальность является ключевой предпосылкой трансформации управленческого образования. Одним из основных трендов поиска работы после пандемии COVID-19 будет работа в онлайн. Но, к сожалению, немногие люди готовы работать именно в таком формате.

Ключевой принцип цифровой трансформации – изменить методы работы сотрудников, устраняя ручные и/или рутинные трудоемкие задачи, чтобы люди могли сосредоточиться на операциях, добавляющих стоимость или ценность для клиента. Приоритетом должно быть создание конвейера (механизма генерации) ценности для потребителей.

В ближайшем будущем стоит ожидать того, что многие компании будут уходить в онлайн, а соискателем придется привыкать к дистанционной работе, развивая в себе новые навыки для эффективной работы.

Литература

1. *Абдрахманова Г.И., Вишневский К.О., Гохберг Л.М.* Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение. – М.: Изд. Дом ВШЭ, 2019. – 82 с.

РЕПУТАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ПРАКТИКЕ И ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Курбангалиева Д.Л.

Казанский Федеральный Университет, Казань, Россия

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные макроэкономические факторы, внесшие существенные изменения в модель ведения деятельности предприятия: происходит переориентация на потребителя, стремление к удовлетворению потребительских ценностей. Все эти факторы и изменения, следующие за ними, привели к тому, что в основе взаимоотношения бизнеса и потребителя лежит репутация обеих сторон. Если смотреть более масштабно, то деловую репутацию предприятия можно представить, как ключевой показатель эффективной работы и взаимодействия предприятия со всеми экономическими субъектами рынка. Появившийся в связи с этим новый сегмент экономики, мы в рамках диссертационного исследования называем репутационной экономикой.

Ключевые слова: репутационная экономика, омниканальные потребители, Интернет, коммуникации.

Характерными тенденциями макроэкономических изменений и практики управления предприятием посвящается все большее количество научных статей среди зарубежных и отечественных авторов и исследования отдельных компаний [1, 3, 4, 9].

Мы обратили внимание, что во многом авторы сходятся в едином мнении, что роль потребителя непрерывно возрастает и необходимо выстраивать с ним длительные связи, которые станут фактором долговременной устойчивости работы предприятия. Мы разделяем данную парадигму и считаем, что бизнесу необходимо выстраивать доверительные отношения не только с потребителями, но и другими экономическими субъектами (например, поставщики, подрядчики, другие сторонние лица). Для этого, на наш взгляд, предприятия