

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Енюшина А.А., ассистент

Ставропольский государственный

аграрный университет

г. Ставрополь, Россия

Аннотация. В статье анализируется специфика существования менеджмента в условиях цифровизации экономических процессов. Рассматриваются понятия цифровой экономики, цели и задачи менеджмента в условиях цифровой трансформации. Выявляются отличительные характеристики, задачи и факторы информационного менеджмента, а также проблемы, связанные с внедрением в систему управления компанией цифровых технологий.

Ключевые слова. Информационный менеджмент, цифровая экономика, управление, менеджмент, управленческие решения.

Поскольку мир развивается все с большей скоростью, то все процессы подвержены обновлению, а также внедрению цифровых технологий. Для сохранения конкурентоспособности компаниям в современных реалиях необходимо быстро реагировать на изменения и совершенствовать свои бизнес-процессы путем использования цифровых ресурсов. Внедрение информационных технологий в процесс управления организацией делает ее устойчивой к конкурентам на рынке, а также позволяет снизить издержки и повысить качество внутренних процессов. В связи с этим исследование проблем и особенностей менеджмента в условиях цифровизации экономики является актуальным.

Целью работы является изучение механизмов управления знаниями в информационной эволюции.

Под цифровой экономикой понимается деятельность, напрямую связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, осуществляемая путем электронных сетей. Главной особенностью цифровой экономики является осуществление передачи данных по электронной сети и, в конечном итоге, производство цифровых товаров и услуг [5].

Цифровизация экономики подразумевает внедрение цифровых и информационно-коммуникационных технологий в экономические процессы, а высококвалифицированная работа с ними позволяет улучшить качество принимаемых управленческих решений.

В сложившейся ситуации, к важным задачам менеджмента стоит отнести автоматизацию рабочих процессов и управление информацией для повышения эффективности решений, которые принимаются управленческим аппаратом.

В настоящее время существуют научные исследования, посвященные необходимости использования процессов управления знаниями в условиях цифровой экономики. Функции управления знаниями зависят от наличия ресурсов, взаимоотношений сотрудников внутри организации и последовательности подхода.

В современной цифровой экономике развитие процесса управления знаниями является одной из стратегических целей любой организации.

Главной целью менеджмента в современных условиях является необходимость принятия управленческих решений с помощью цифровых технологий.

Вследствие этого, можно выделить следующие факторы, которые непосредственно оказывают влияние на данный процесс:

-инновации, связанные с кадрами: повышение качества человеческого потенциала за

счет привлечения целеустремленного и высококвалифицированного персонала, развития цифрового лидерства и кадрового потенциала компании, совершенствование HR сферы и увеличение социальной ответственности бизнеса.

- технологические инновации, связанные с улучшением использования ресурсов, снижению затрат и улучшению финансовых показателей, ускорение вывода новых востребованных товаров на рынок, в том числе в электронной сети, повышение уровня взаимодействия с клиента и программ лояльности

-инновации в области экономической безопасности: повышение уровня кибер-безопасности с одновременным сокращением затрат[4].

Цифровая экономика предполагает переход к иной хозяйственной деятельности, в которой ключевыми аспектами являются технологии, информация и электронная сеть. Наряду с этим осуществляется процесс внедрения роботов для автоматизации рутинных задач и совершенствования информационно-коммуникационных процессов. К основным технологиям цифровой экономики относятся когнитивные и командные технологии, облачные и вычислительные технологии,

большие данные, виртуальная валюта, интернет приложения, цифровое образование, маркетинговая интеграция, цифровые платформы, мобильные платежи[3]. Каждый продукт имеет свою особенность, но при этом может быть интегрирован в любую отрасль. Наиболее используемыми в наше время являются облачные технологии, которые берутся за основу для большинства бизнес-моделей.

Компании, осуществляющие свою деятельность в глобальной информационной сети,

развиваются быстрее, чем компании традиционного способа управления. В работе компаний сеть Интернет становится незаменимым инструментом осуществления деятельности, дающим возможность увеличивать обороты своего производства за счет привлечения новых клиентов, создавать и осуществлять современные методы маркетинга, выстраивать взаимодействие с целевой аудиторией и оптимизировать большое количество бизнес-процессов.

Значимой тенденцией развития менеджмента является диджитализация, которая представляет собой изменение бизнеса с использованием новых технологий, таких как облачные сервисы, чат – боты,

CRM

системы, сквозная аналитика. Вся диджитализация предполагает всеобщую оптимизацию бизнес-процессов компании, включая в себя процессы взаимодействия с клиентами и сотрудниками, хранения и обработки информации, разработку новых продуктов, сервисов и т.д. Преимущества внедрения диджитализации, в первую очередь,

состоят в сокращении затрат человеческих и временных ресурсов на обработку данных. Это достигается за счет упрощения и автоматизации всех процессов, включая сбор, аналитику, коммуникацию и прогнозирование. Также, цифровые технологии помогают менеджерам компаний избегать работы с большим объемом документов и оперативно решать поставленные вопросы и задачи в онлайн-пространстве[1].

К задачам информационного менеджмента относятся:

- использование информационных систем в процессе деятельности;

- создание технологической среды в информационном пространстве;

- непрерывное совершенствование информационной системы;

- разработка инновационной политики и реализация инновационных проектов предприятия.

В современной цифровой экономике наибольшее использование получили CRM системы[2]. Данное программное обеспечение используется для автоматизации рутинных процессов, адаптации маркетинговых инструментов к условиям цифровизации, усовершенствование работы с клиентской базой.

Упомянутая программа является не единственным инструментом, используемым в качестве повышения эффективности управления в современных условиях. На современном рынке представлено большое количество программ, которые используются для эффективного управления бизнесом, такие как MES, WMS, CEP и т.д.

В момент принятия управленческого решения, менеджер опирается как на свой опыт, силы и возможности, так и на возможности современных программ. Использование таких инструментов с одной стороны усложняет процесс принятия решения, с другой делает результат более объективным. Также, современные корпоративные программы за счет своего функционала помогают менеджеру более эффективно взаимодействовать с сотрудниками, вовремя реагировать на изменения в их результативности.

Используя системы поддержки принятия решений, менеджер может производить вычисления, представлять отчеты, проводить сравнительную характеристику тех или

иных процессов. В данном контексте речь идет о технологии
BigData

, которая представляет собой массивы информации, необходимые для принятия менеджерам обоснованных решений.

Таким образом, в современном, постоянно изменяющемся мире, компаниям необходимо отходить от традиционных методов и внедрять информационные технологии в организацию системы менеджмента. Учитывая тот факт, что для многих организаций внедрение информационных процессов в устоявшийся механизм деятельности трудновыполним, компании важно уметь правильно оценивать свои возможности, чтобы правильно расставлять приоритеты развития.

Только при условии широкого использования информационных технологий в менеджменте и цифровизации бизнес-процессов, организация может оставаться конкурентоспособной в современных условиях.

Литература

1. Босова Е.В. Информатизация и менеджмент // Трансформация менеджмента в условиях цифровой экономики сборник докладов Международной научно-практической конференции / науч. ред. Н.В. Тараканова. - М., 2020. - С. 36-47.

2. Голубева М.А. Развитие концепции маркетинга взаимоотношений в условиях цифровой экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2019. - № 5-1 (119). - С. 118-123.

3. Ефремова А.А. Роль цифровых технологий в экономике современной России // Научный журнал молодых учёных. - 2022. - № 1 (26). - С. 106-111.

4. Жданкин, Н. А. Менеджмент. Управление в цифровой экономике : учебное пособие / Н. А. Жданкин. — Москва : МИСИС, 2020. — 252 с. — ISBN 978-5-907226-83-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система..

5. Курчеева, Г. И. Менеджмент в цифровой экономике : учебное пособие / Г. И. Курчеева, А. А. Алетдинова, Г. А. Клочков. — Новосибирск : НГТУ, 2018. — 136 с. — ISBN 978-5-7782-3489-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.

6. Старков, А. Н. Цифровая экономика : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2023. — 82 с. — ISBN 978-5-9765-3697-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.