

Ишкильдина Алия Азатовна
Магистрант 2 курс
Башкирский государственный университет
Место работы ПАО «АК Востокнефтезаводмонтаж»
г. Уфа., Россия
aliya.02@yandex.ru

Цифровизация бизнеса как метод антикризисной стратегии во время пандемии

Развитие и внедрение цифровизации в бизнес-процессы на сегодняшний день являются одной из ключевых задач бизнеса. Особенно актуально это стало во время пандемии в рамках восстановительного роста экономики. В статье предполагается, что цифровые технологии являются одним из перспективных методов антикризисного управления во время кризиса, в том числе пандемии.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, антикризисное управление, антикризисная стратегия, пандемия, восстановительный рост.

Ishkildina Aliya
student
Bashkir State University
Ufa, Russia
aliya.02@yandex.ru

Digitalization of Business as a Method of Anti-crisis Strategy During the Pandemic

The development and implementation of digitalization in business processes today is one of the key business objectives. This became especially relevant during the pandemic as part of the recovery growth of the economy. The article assumes

that digital technologies are one of the promising methods of crisis management during a crisis, including a pandemic.

Keywords: digitalization, digital technologies, anti-crisis management, anti-crisis strategy, pandemic, recovery growth

Вирус Covid-19 в 2020 году стал сильнейшим катализатором изменений в мире. Эксперты, ученые, бизнесмены выдвигают различные варианты развития событий, оценивают риски и последствия пандемии. Ясно одно, возврат на прежние орбиты функционирования экономики и мира просто невозможен. Для экономики на сегодняшний день важнейшим вызов является вопрос, а как будут строиться новые коммуникации и экономические отношения в изменившихся условиях?

Вспомним экономическую теорию. Для нас открывается три пути. Первый, самый знакомый, это теория циклов с фазой рецессии, при которой экономика может восстановиться до прежних параметров подъема. Вторым вариантом – это модель восстановления экономики после военных и революционных катаклизмов. Оба этих варианта восстановительного роста активно обсуждались в XX веке и еще более актуализировались в XXI, так как появилась необходимость восстановительных мер после нарушения глобального экономического порядка, к которым стремились развитые страны-лидеры. Вспомним недалекий мировой кризис в 2014 году с его санкциями по отношению к России, мировой кризис 2008 года. Спады в экономике были действительно существенными для экономики, однако старая версия всегда подлежала восстановлению, несмотря на новые вводные данные в системе.

Если говорить о ситуации сегодня, то стоит выделять третий вариант развития, так как разрушения были вызваны не социально-политическими факторами, а эколого-биологическими. Еще в начале XXI века Н.Н. Талебом была выдвинута идея «анти-хрупкости», которая заключалась в том, что «есть вещи и явления, которым встряска идет на пользу; они расцветают и развиваются, сталкиваясь с переменчивостью, случайностью, беспорядком, стрессорами. Однако, невзирая на то, что данный феномен наблюдается повсеместно, у нас нет слова, которым можно точно обозначить противоположность хрупкости. Назовем это качество "анти-хрупкостью"» [1, с.20].

Применительно к экономике можно говорить о том, что по логике данной теории «анти-хрупкости» социально-экономическая жизнь должна обладать некими качествами, которые позволяют ей сохраняться и восстанавливаться после критических моментов, то есть обладает «анти-хрупкостью» [1, с.20].

Экономика и ее существующие рыночные механизмы, и инструменты во время пандемии проходят тест на «анти-хрупкость». Рыночная экономика, ее объем, эффективность, масштабы определяют уровень развития экономики в целом. Наблюдения за время пандемии показали, что ключ к выживанию для бизнеса на рынке – это настройка принципов удаленной работы с использованием информационно-коммуникационных технологий современности. Сейчас мы говорим о цифровизации экономики, постиндустриального типа, нацеленного на удобный и цифровой сервис, то есть вектор коммуникации между участниками рынка, продавцами и покупателями смещается в цифровую форму, что непременно ведет к

упрощению всех торговых процедур, внедрение электронной торговли, новые виды проявления потребности (подписки, персонализация, личные аккаунты, идентификация). То есть, несмотря на ограниченность, бизнесу удается осуществлять не только непосредственный контакт с потребителем, но и принимать управленческие решения на основе полученных цифровых данных, получать обратную связь от клиентов и продолжать свою работу для ущерба своей финансовой стабильности. При этом если качество оказываемых услуг и производимых товаров не меняет своих свойств и качества, то мы можем сказать, что цифровая экономика имеет то самое качество «анти-хрупкости», о котором говорит Н.Н. Талеб.

А что случилось с другими видами бизнеса, которые оказались восприимчивыми к переходу на цифровые платформы и сервисы? В первую очередь, речь идет о тех сферах, которые отвечают за досуг и впечатления потребителя: фитнес, индустрия красоты и здоровья, гостиничный бизнес, авиация. Они занимают весомую часть в экономике, обеспечивают рынок труда. Получается, что тут не обойтись без вмешательства государства с условием обеспечения безопасной социальной коммуникации [2]. Внедрение новых средств контроля соблюдения новых коммуникационных стандартов может повлечь за собой новые разработки цифровых технологий и новые формы бизнеса (охранные структуры, например).

Говоря о России, отметим, что технологически развитой страной в полной мере ее сложно назвать. Мы находимся еще в поиске той формы, которая могла проявиться в полной мере. Анти-кризис предлагается трактовать не как восстановительный рост или набор антикризисных инструментов, а имманентное свойство страны, которое не позволяет ей быть

разрушенной, в какие бы сложные кризисные условия страна ни попадала. Российский анти-кризис представляется в данном случае как феномен.

В настоящее время ни в нормативно-правовых документах, ни в научной литературе не представлено единого определения «цифровая трансформация». Следует уточнить, что внутри понятия «цифровая трансформация» существует несколько терминов [3], имеющих различные трактовки:

- digitization (оцифровка) - преобразование различной информации в цифровую форму, с сохранением всех ее характеристик, в том числе качества.

- digitalization (цифровизация) — это процесс преобразования бизнес-процессов предприятия в цифровую форму.

Получается, что цифровая трансформация – это одновременное совершенствование бизнес-процессов и создание конкурентных преимуществ за счет изменения и создания новых бизнес-процессов внутри предприятия.

Большинство российских компаний сейчас сосредоточены именно на цифровой трансформации ключевых бизнес-процессов, а цифровизация воспринимается ими как новый виток автоматизации и информатизации. В связи с этим, следует разграничить «цифровизацию» и «цифровую трансформацию бизнеса» в сравнении с понятием «автоматизация производства». Если считать, что автоматизация производства - это одно из направлений реализации научно-технического прогресса, направленного на замену ручного труда машинным полностью или частично при помощи использования технических средств, математических методов и информационно-коммуникационных технологий, то, цифровая трансформация - это, в первую очередь, преобразование как отдельных бизнесов-процессов предприятия или всего бизнеса в целом, так и

деятельности отдельных институциональных единиц государственного уровня.

В отчете «Россия 2025: от кадров к талантам» специалисты The Boston Consulting Group подчеркивают [4], что цифровизация - это использование потенциала online возможностей множеством контрагентов при совершении рыночных трансакций. Важно подчеркнуть, что для цифровой трансформации недостаточно только лишь наличия online ресурсов и технологий необходимо еще и формирование системы требований по их созданию и применению.

Компания по исследованию рынка на основе подписки eMarketer [5] дает определение цифровой трансформации как процессу, при котором отдельные предприниматели и топ-менеджеры используют преимущества применения информационно-коммуникационных технологий для повышения эффективности ведения бизнеса.

Таким образом, цифровая трансформация бизнеса возможно лишь в случае, когда существует бизнес-модель, или в исключительном случае, описан и четко формализован отдельный бизнес-процесс, обоснован выбор релевантных информационно-коммуникационных технологий и существуют ресурсы, в том числе временные и материальные для преобразования, существующего или создание нового цифрового бизнеса.

Таким образом, «пост-ковидный мир» - это мир цифровой экономики, ее распространения, развития и внедрения в различные формы бизнеса и его модернизацию. Цифровая экономика является антихрупким основанием надежности и защиты от угроз несоциальной природы. Утверждение абсолютно не новое, но пандемия - covid-19 актуализировала его, показав, что цифровые технологии являются тем актуальным технологическим

стандартом, который может адаптировать формы бесконтактного взаимодействия для дальнейшего развитие экономики и общества. Но трудно представить жизнь человека без традиционного, контактного общения, и оно, безусловно, сохранится в тех формах, которые сегодня часто называют уходящими и отмирающими, таких как семья, брак или домашнее хозяйство. Ценность таких институтов в условиях распространения бесконтактных коммуникаций принципиально измениться.

Список источников и литературы

1. Талей Н.Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса. - М.: КоЛибри, 2014.
2. Кайманаков С.В. Многоуровневый подход к исследованию эффективности производства и экономической безопасности// Философия хозяйства. 2016. № 6 (108). Сс. 142-151.
3. Академик. [Электронный ресурс] / Словари и энциклопедии. - URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/102101> (дата обращения: 07.02.2020).
4. Исследование Boston Consulting Group и Сбербанка России. 2017. - URL: http://d-russia.ru/wpcontent/uploads/2017/11/Skills_Outline_web_tcm26-175469.pdf. (дата обращения: 06.02.2020)
5. Асташкина И., Мишин В. Исследование систем управления. - URL: <https://www.inventech.ru/lib/analisis/analisis0009/>. (дата обращения: 10.02.2020).

Выходные данные статьи:

Ишкильдина А. А. Цифровизация бизнеса как метод антикризисной стратегии во время пандемии. // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №4. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/405>