

**М. П. Рудковская,
Э. Н. Мавинга**

*Научный руководитель
Т. М. Тишковская*

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Современная экономика отличается установкой на укрепление экономической стабильности и накопление опыта в сфере управления организациями [1]. Для сохранения конкурентоспособности компаниям различной величины необходимо совершенствовать свои бизнес-процессы посредством использования наиболее актуальных современных ресурсов – информационных и цифровых технологий. Внедрение информационно-коммуникационных технологий в процесс управления организацией способствует существенному повышению эффективности затрат и обнаружению новых возможностей на рынке. Это делает актуальным исследование особенностей, возможностей и проблем менеджмента в условиях цифровизации экономики.

Под цифровой экономикой понимается совокупность видов деятельности, которые основываются на цифровых технологиях, и инфраструктуры, обеспечивающей стабильное функционирование этих технологий. Ключевой особенностью цифровой экономики является осуществление основных коммуникаций между субъектами экономической деятельности посредством цифровых технологий в виртуальной среде. Цифровыми считаются технологии, сопряженные с созданием, обработкой, сбором, хранением и передачей данных на базе цифровых систем. Данные технологии дают организациям возможность сокращать уровень затрат, одновременно повышая уровень производительности и эффективности труда. Цифровизация экономики приводит к существенному повышению значимости информации, грамотная работа с которой способствует увеличению качества принимаемых управленческих решений.

Задачами менеджмента являются организация бизнес-процессов, контроль за системами социально-экономического характера и управление, ориентированное на достижение наиболее эффективных показателей [2]. Основной целью менеджмента в условиях цифровизации выступает достижение хозяйствующим субъектом состояния, в значительной степени отличающегося от текущего, выражающегося в совершенствовании качественных и (либо) количественных показателей, которые характеризуют его деятельность в сфере развития цифровых технологий.

В условиях цифровизации задачи менеджмента расширяются и углубляются: помимо традиционной организации бизнес-процессов и контроля за социально-экономическими системами необходимо формирование целостной цифровой стратегии, обеспечивающей трансформацию всех ключевых процессов организации. Менеджмент должен обеспечить разработку дорожной карты цифровой трансформации, включающей приоритеты инвестиций в интеграцию информационных систем, стандарты хранения и обработки данных, а также меры по кибербезопасности и обеспечению соответствия нормативным требованиям. Важной задачей становится создание механизмов управления данными для повышения качества решений на основе аналитики и искусственного интеллекта.

Цифровые технологии оказывают значимое влияние на восприятие менеджмента в отношении стратегических целей, меняя поведение субъектов хозяйствования на современном рынке. В этих условиях трансформируется контекст теории потребительского выбора. Так, при осуществлении выбора существенно возрастают альтернативные возможности, в то время как пользователи более склонны доверять мнению своих доверенных лиц. В условиях цифровой экономики формируется новая роль потребителя, который становится непосредственным участником процесса разработки новой потребительской ценности, имеющим возможность воздействовать на конечный продукт и предлагать производителю решения, способные в наибольшей степени удовлетворить его потребности. Это приводит к соответствующей трансформации экономической деятельности хозяйствующих субъектов и их бизнес-моделей.

Организации, работающие на интернет-рынках, развиваются быстрее, чем компании традиционных секторов экономики, хотя последние также начинают все активнее применять сетевые возможности, способные повысить успешность их деятельности. В работе компаний интернет становится незаменимым инструментом, дающим возможность привлекать новых кли-

ентов, выстраивать взаимодействие с целевой аудиторией, связывать отдельные организации и процедуры и автоматизировать большое количество бизнес-процессов.

Другой важной тенденцией развития бизнеса в условиях цифровой экономики является диверсификация крупных компаний. Вертикальная система управленческой организации все чаще дополняется горизонтальными взаимодействиями, выходит за рамки внутренних операций и охватывает ключевых партнеров, поставщиков и потребителей по цепочке создания стоимости. В результате меняется организационная культура и этика компании, реорганизуется система мотивации с ориентацией на профессиональные и личные качества сотрудников.

Условия цифровой трансформации экономики стимулируют организации к использованию прикладного программного обеспечения, такого как CRM-системы [1]. Их основными функциями являются организация статистического учета, автоматизация процессов управления финансами и продажами, адаптация маркетинговых инструментов к условиям цифровизации, повышение эффективности и качества работы менеджеров и поддержание актуальной клиентской базы. Применение CRM-систем расширяет для организаций возможности изучения и своевременного учета потребностей целевой аудитории и развития внутреннего маркетинга.

Таким образом, для эффективной работы современных организаций необходимо отказаться от устаревших подходов к организации менеджмента и внедрять информационные технологии, которые помогают достигать поставленных целей, обеспечивать соблюдение стандартов качества, улучшать продукцию на основе анализа потребительского спроса, а также сокращать время разработки и производства. Несмотря на то, что быстрая модернизация сложившихся бизнес-процессов оказывается затруднительной для ряда отраслей, компаниям важно реально оценивать собственные ресурсы, правильно расставлять приоритеты и разрабатывать план цифровых преобразований, максимально отвечающий их потребностям.

Список использованной литературы

1. **Мусостова, Д. Ш.** Особенности развития системы менеджмента качества в условиях становления цифровой экономики / Д. Ш. Мусостова, М. Д. Цуров // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 31 (5). – С. 167–170.
2. **Платошина, Г. Г.** Некоторые аспекты цифровизации экономики и управления / Г. Г. Платошина // Трансформация менеджмента в условиях цифровой экономики : сб. докл. Междунар. науч.-практ. конф. – М. : Открытый гуманитар.-экон. ун-т, 2020. – С. 164–170.