С. В. Грицунова, Ю. А. Седых

РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы выявления наиболее важных направлений трансформации бизнес-администрирования предприятия под воздействием цифровизации экономики. Развитие бизнес-администрирования предприятия рассмотрено с точки зрения ключевых направлений стратегических преобразований: клиентоориентированность, создание и развитие платформ для взаимодействия с партнерами через формирование экосистем в бизнес-среде, поведенческий маркетинг, построение системы непрерывных улучшений и развития, новые подходы вовлечения и развития сотрудников на основе цифровой культуры.

Ключевые слова

Цифровизация экономики, бизнес-администрирование, клиентоориентированность, коллаборации, поведенческий маркетинг, менеджмент знаний, цифровая культура.

S. V. Gritsunova, Yu. A. Sedykh

DEVELOPMENT OF ENTERPRISE BUSINESS ADMINISTRATION IN CONDITIONS FOR DIGITALIZATION OF ECONOMY

Annotation

Article addresses the issues of identifying the most important areas of transformation of business administration of enterprise under the influence of digitalization of economy. Development of business administration of enterprise was considered from the point of view of key areas of strategic transformation: customer orientation, creation and development of platforms for interaction with partners through the formation of ecosystems in business environment, behavioral marketing, building a system of continuous improvements and development, new approaches to involvement and development of employees based on digital culture.

Keywords

Digitalization of economy, business administration, customer orientation, collaborations, behavioral marketing, knowledge management, digital culture.

Введение

Цифровая экономика существенно влияет на ведение бизнеса, формирует новый тип организаций, которые проходят полную перестройку своих бизнес-процессов. Весь комплекс бизнес-администрирования предприятия претерпевает серьезные изменения, которые касаются методов управления, вновь внедряемых технологий, продуктов и т. п. Цифровизация экономики в современных условиях хозяйствования приводит к трансформации процессов бизнес-администрирования, поскольку цифровые технологии развиваются с огромной скоростью, изменяя способы, методы управления бизнесом и условия его функционирования. Цифровые инструменты встраиваются в деятельность компании, полностью трансформируя её бизнес-процессы.

В научной литературе встречаются исследования, касающиеся особенностей управления предприятием [1, 4, 6], бизнесом [3, 8] в условиях цифровизации, правовые аспекты управления цифровым предприятием [7]. Исследованию вопросов развития и трансформации бизнес-администрирования предприятия в условиях цифровизации экономики в научной литературе внимания не было уделено.

Цель исследования, представленного в статье, состоит в выявлении наиболее важных направлений трансформации бизнес-администрирования предприятия при воздействии цифровизации экономики.

Материалы и методы

В качестве основных методов исследования выступили общенаучные методы: анализ и синтез, научная абстракция, сравнения и аналогий, метод информационного поиска. Для проведения исследования в качестве и информационной базы выступили исследования ряда авторов по теме.

Результаты и их обсуждение

Формирование цифровой экономики характеризуется активным внедрением в процессы бизнес-администрирования предприятия революционных изменений, ориентиров, направлений стратегических преобразований.

Бизнес-администрирование представляет собой профессиональное осуществление управленческой деятельности через систему организационных инструментов, компетенций и подразделений с использованием методов менеджмента от стратегического до тактического. Бизнес-администрирование предприятия представляет серьезные изменения в эпоху цифровой экономики. Цифровая экономика — это эпоха новых бизнес-процессов. Рассмотрим, в каких направлениях происходит развитие бизнес-администрирования в условиях цифровизации общества.

Одной из особенностей бизнес-модели в условиях цифровой экономики является высокая *клиентоориентированность*. Развитие цифровой экономики и происходящие трансформационные процессы в бизнес-администрировании обостряет необходимость применения в практике деятельности предприятия клиентоориентированного подхода в их деятельности.

Реализация клиентоориентированного подхода становится возможной благодаря развитию цифрового маркетинга и коммуникаций. Создание условий для реализации в бизнес-администрировании предприятия клиентоориентированного подхода становится возможным благодаря формированию принципиально новых бизнес-моделей ведения бизнеса. Такие бизнес-модели формируются на основании потенциала использования цифровых технологий в бизнес-процессах подразделений организаций под воздействие цифровой трансформации экономики.

Среди основных особенностей клиентоориентированной организации можно назвать следующие:

– процесс принятия управленческих решений внутри компании построен на основании ориентации на потребителя и его интересы;

– активное развитие человеческого потенциала внутри организации, возможность его реализовать и применить в практике деятельности;

– участие персонала организации в принятии решений относительно деятельности организации;

– использование актуальной маркетинговой информации за счет увеличения скорости поступления этой информации, возможности использования новых методов обработки информации, при цифровой трансформации такая возможность появляется;

– клиентоориентированность полностью встроена в мышление менеджеров и корпоративную культуру организации [5].

Сформировать инструменты реализации клиентоориентированного подхода возможно за счет использования CRM. Эти системы позволяют автоматизировать и стандартизировать отношения с клиентами. Благодаря встраиванию CRM в IT-архитектуру организации достигается понимание проблем клиентов с позиции разных бизнес-процессов компании.

Среди основных направлений развития бизнес-администрирования в условиях цифровой трансформации является *коллаборации*. На практике речь идет о создании экосистем инновационного характера. Эти экосистемы рассматриваются как механизмы сотрудничества акторов рынка, которые объединяют все свои разработки и предложения в условиях клиенто- и проектно-ориентированности с целью установления устойчивых связей и получения ключевых уникальных преимуществ на рынке. Созданные инновационные экосистемы включают в себя предприятия, технопарки, фонды финансового или венчурного характера, инжиниринговые структуры и другие территориальные и отраслевые структуры. Деятельность данной экосистемы нацелена на генерацию новых проектов, на разработку предложений, касающихся повышения экологической безопасности и ресурсосбережение. В основе угла экосистем лежит клиентоориентированность всех участников (акторов), а также открытость, самоорганизация и взаимодействие [9].

Особенностью экосистемного объединения является то, что она не принадлежит одному актору. Поэтому бизнес-администрирование в условиях участия предприятия в подобного рода инновационных экосистемах претерпевает серьезные трансформационные процессы. Менеджмент подобных акторов опирается на принципы самоорганизации, сотрудничества со сторонними предприятиями, партнерство является основой взаимоотношений между участниками.

Достаточно ярко выраженной тенденцией в бизнес-администрировании предприятия в современных условиях является ориентация деятельности всех

структурных подразделений организации на рыночные потребности, то есть *поведенческий маркетинг*. Поведенческий маркетинг проявляется, как деятельность по управлению поведением индивидов на основании принципов маркетинга. Процесс управления поведением индивидов происходит при их взаимодействии с данным предприятием.

Для того чтобы реализовать поведенческий маркетинг в практике деятельности организации необходимо интегрировать в бизнес-процессы компании следующее:

– непрерывный сбор данных о клиентах компании или потенциальных клиентах. Онлайн-среда значительно упрощает процесс сбора данных о потребителях через сайты, мобильные приложения, социальные сети и т. п. Однако и для офлайн-среды существуют возможности получения информации. Например, через карту клиента можно понять частоту посещений, размер покупок и их состав;

– анализ и сегментация аудитории. Полученные данные необходимо проанализировать, чтобы обнаружить закономерности в поведении потребителей, разделить аудиторию на сегменты и определить сценарии каждой поведенческой модели;

– применение полученных данных с целью активизации маркетинговой компании. В результате анализа полученные знания о потребителях и различных их сегментах могут быть использованы для создания персонализированных предложений и проведения маркетинговых кампаний.

Цифровая трансформация экономики и общества приводит к необходимости предприятиям непрерывно реагировать на происходящие изменения внутри и вне компании. Разовые изменения в динамичной цифровой среде, происходящие в менеджменте компании, уже не актуальны. Поэтому в менеджменте получила распространение *концепция непрерывного совершенствования деятельности*. Впервые эта концепция сформулирована Японцами [2]. В ее основе заложены идеи самосовершенствования, которые являются традиционными для Востока. Последователями данной концепции и подходы к управлению стали западные подходы, а именно: 6 сигм, бережливое производство, система тотального менеджмента качества. Менеджмент компании в условиях цифрового общества претерпевает изменения по причине желания организации стать инициатором изменений на рынке. Это становится возможным за счет проактивного поведения организации. Менеджмент знаний занимает особое место среди различных подходов к созданию систем непрерывного совершенствования. Менеджмент знаний на сегодняшний день выделен в менеджменте как самостоятельный подход к управлению инновационной организацией.

Цифровизация экономики затрагивает также направления изменений в *управлении сотрудниками, их развитием на основе особой цифровой культуры и мышления*. Изменяются как содержание HR-процессов, так и требования, предъявляемые к HR-специалистам. В условиях цифровой трансформации ведущая роль, заключающаяся в вовлечении сотрудников в процессы цифровых изменений организации лежит на HR-специалистах. Эти специалисты должны обладать проактивностью и готовностью использовать IT-ресурсы, способные обеспечить непрерывность управления эффективностью, а также обратную связь в режиме реального времени.

Такое направление бизнес-администрирования предприятия, как управление человеческими ресурсами претерпевает серьезные изменения коммуникационного характера. Вовлеченность персонала в процессы цифровизации становится возможным за счет внутреннего сотрудничества, использования цифровых и социальных каналов в ходе работы сотрудников, активное использование социальных сетей, мобильных приложений [10].

Цифровизация приводит к необходимости использования новых подходов

к вовлечению и управлению персоналом. В таких современных условиях требуются изменения компетентностного уровня персонала, включая технологические, образовательные и коммуникационные. Вовлеченностью и изменениями персонала организации можно управлять при помощи следующих инструментов: открытая информационная политика, демонстрация успешных примеров и преимуществ цифровизации, формирование новой цифровой системы управления предприятием и новой цифровой организационной культуры.

Выводы

Среди наиболее важных направлений трансформации бизнес-администрирования предприятия под воздействие цифровизации экономики можно выделить: клиентоориентированность, создание и развитие платформ для взаимодействия с партнерами через формирование экосистем в бизнес среде, поведенческий маркетинг, построение системы непрерывных улучшений и развития, новые подходы вовлечения и развития сотрудников на основе цифровой культуры.

Цифровая экономика продолжает развиваться и влиять на бизнес-процессы, происходящие как внутри компании, так и вне её, поэтому трансформация процессов бизнес-администрирования предприятия будет набирать обороты, претерпевая все новые и новые изменения. Наиболее перспективными направлениями цифровой трансформации, затрагивающими процессы бизнес-администрирования станут: клиентоцентричность, системы управления ценностными предложениями, внедрение инновационной культуры внутри компании и т. п.

Библиографический список

1. *Джуха, В. М., Грицунова, С. В., Седых, Ю. А., Михненко, Т. Н.* Основные тенденции трансформации бизнеса в эпоху цифровизации // Современная наука, человек и цивилизация : материалы междунар. науч. конгресса. — 2020.

2. *Мирошенко, А.* Системы непрерывного совершенствования деятельности предприятий на основе менеджмента знаний // Наука и инновации. — 2014. — № 2 (132). — С. 56.

3. *Грицунова, С. В., Седых, Ю. А., Высоцкая, Т. А.* Цифровизация и ее влияние на бизнес-процессы предпринимательских структур // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2019. — № 10. — С. 34–38

4. *Джуха, В. М., Погосян, Р. Р.* Анализ инновационного развития экономики Ростовской области // Цифровая экономика и Индустрия 4.0: проблемы и перспективы : труды науч.-практ. конф. — 2017. — С. 424–428.

5. *Аренков, И. А., Крылова, Ю. В., Ценжарик, М. К.* Клиентоориентированный подход к управлению бизнес-процессами в цифровой экономике // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. — 2017. — № 6. — Т. 10. — С. 21.

6. *Косарева, И. И., Самарина, В. П.* Особенности управления предприятием в условиях цифровизации // Вестник Евразийской науки. — 2019. — № 3. — Т. 11. — С. 1–9.

7. *Приженникова, А. Н., Коляда, Г. Ю.* Предпринимательская деятельность в условиях цифровой экономики // Образование и право. — 2020. — № 1. — С. 244–253.

8. *Разимазанова, А. Г., Максубова, Д. М.* Особенности управления бизнесом в условиях цифровизации экономики // Евразийский Союз Ученых (УСУ). — 2020. — № 12 (81). — С. 18–21.

9. *Толстых, Т. О., Агаева, А. М.* Экосистемная модель развития предприятий в условиях цифровизации // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. — 2020. — № 1 (33). — С. 37.

10. *Саликов, Ю. А., Логунова, И. В., Каблашова, И. В.* Тенеденции изменений в управлении человеческими ресурсами предприятия в условиях цифровой экономики // Вестник ВГУИТ. — 2019. — № 2. — Т. 81. — С. 396–397.

Bibliographical list

1. *Dzhukha, V. M., Gritsunova, S. V., Sedykh, Yu. A., Mikhnenko, T. N.* The main trends of business transformation in the era of digitalization // Modern science, man and civilization : materials of international scientific conf. — 2020.

2. *Miroshenko, A.* Systems of continuous improvement of activity of enterprises on the basis of knowledge management // Science and innovations. — 2014. — № 2 (132). — P. 56.

3. *Gritsunova, S. V., Sedykh, Yu. A., Vysotskaya, T. A.* Digitalization and its impact on business processes of entrepreneurial structures // Vestnik of Altai Academy of Economics and Law. — 2019. — № 10. — P. 34–38.

4. *Dzhukha, V. M., Poghosyan, R. R.* Analysis of innovative development of economy of Rostov region // Digital economy and industry 4.0: challenges and prospects : proceedings of scient.-pract. conf. — 2017. — P. 424–428.

5. *Arenkov, I. A. Krylov, Yu. V., Cenzharic, M. K.* Clientoriented approach to managing business processes in digital economy // Scientific-technical Vedomosti of SPbGPU. Economic sciences. — 2017. — № 6. — Vol. 10. — P. 21.

6. *Kosareva, I. I., Samarina, V. P.* Features of enterprise management in conditions of digitalization // Bulletin of Eurasian Science. — 2019. — № 3. — Vol. 11. — P. 1–9.

7. *Prizhennikova, A. N., Kolyada, G. Yu.* Entrepreneurial activity in conditions of digital economy // Education and law. — 2020. — № 1. — P. 244–253.

8. *Razimazanova, A. G., Maksubova, D. M.* Features of business management in conditions of digitalization of economy // Eurasian Union of Scientists (USU). — 2020. — № 12 (81). — P. 18–21.

9. *Tolstykh, T. O., Agaeva, A.M.* Ecosystem model of enterprise development in conditions of digitalization // Models, systems, networks in economy, technology, nature and society. — 2020. — № 1 (33). — P. 37.

10. *Salikov, Yu. A., Logunova, I. V., Kablashova, I. V.* Trends of changes in management of human resources of enterprise in digital economy // Bulletin of VSUIT. — 2019. — № 2. — Vol. 81. — P. 396–397.