

УДК 338.004

О. А. Степанова

АО ГК «Эталон», Казань, e-mail: olgiestepanova@mail.ru

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИЕЙ КОМПАНИЙ В ПРОСТРАНСТВО ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровые технологии, функции управления, интеграция, санкционные ограничения.

Обеспечение долгосрочного устойчивого повышения финансово-экономической эффективности функционирования организаций различного масштаба и профиля деятельности в современных условиях хозяйствования непосредственно зависит от темпов и пропорций интеграции экономических субъектов в пространство крайне динамично развивающейся цифровой экономики – ведущего сегмента современной постиндустриальной социально-экономической системы. Вместе с тем, несмотря на актуальность процессов интеграции компаний в пространство современной цифровой экономики, необходимо отметить, что управление процессами такого рода интеграции зачастую является недостаточно научно обоснованного, характеризуется высоким уровнем не вполне рационального субъективизма, наличием не вполне проработанных моделей интеграции и методологии оценки финансово-экономической эффективности рассматриваемого нами процесса. Одним из наиболее значимых направлений повышения уровня финансово-экономической и масштаба операционной активности в современных условиях эффективности деятельности субъектов хозяйствования различных форм собственности, отраслей экономики хозяйствования является цифровизация. Цель исследования состоит в систематизации основных направлений управления интеграцией компаний в пространство цифровой экономики. Задачи: обосновать актуальность управления интеграцией компаний в пространство цифровой экономики, систематизировать основные направления использования экономического потенциала цифровизации в деятельности современных субъектов хозяйствования. В процессе исследования были использованы общенаучные методы логического и статистического анализа, качественный и количественный анализ, а также методы сравнительного сопоставительного анализа, метод систематизации, описательный метод. В статье уточнено содержание цифровизации, как особого социально-экономического процесса. Автором систематизированы основные направления управления процессами интеграции современных компаний в пространство цифровой экономики, в т.ч. в части операционного менеджмента, управления финансированием организаций, кадрового менеджмента, логистических технологий и др. Показана целесообразность модификации управления цифровизацией деятельности субъектов хозяйствования экономики РФ в контексте новейших санкционных ограничений 2022 г.

О. А. Stepanova

JSC GK «Etalon», Kazan, e-mail: olgiestepanova@mail.ru

MAIN DIRECTIONS OF MANAGING THE INTEGRATION OF COMPANIES INTO DIGITAL ECONOMY

Keywords: digital economy, digitalization, digital technologies, management functions, integration, sanctions restrictions.

Ensuring a long-term sustainable increase in the financial and economic efficiency of the functioning of organizations of various scales and profiles of activity in modern economic conditions directly depends on the pace and proportions of integration of economic entities into the space of an extremely dynamically developing digital economy – the leading segment of the modern post-industrial socio-economic system. At the same time, despite the relevance of the processes of integration of companies into the space of the modern digital economy, it should be noted that the management of such integration processes is often insufficiently scientifically grounded, characterized by a high level of not quite rational subjectivism, the presence of not fully developed integration models and methodology for assessing the financial and economic efficiency of the process we are considering. Digitalization is one of the most significant directions of increasing the level of financial and economic and scale of operational activity in modern conditions of the effectiveness of the activities of business entities of various forms of ownership, branches of the economic management. The purpose of the study is to systematize the main directions of managing the integration of companies into the digital economy. Objectives. To substantiate the relevance of managing the integration of companies into the digital economy, to systematize the main directions of using the economic potential of digitalization in the activities of modern business entities. In the course of the research, general scientific methods of logical and statistical analysis, qualitative and quantitative analysis, as well as methods of comparative analysis,

systematization method, descriptive method were used. The article clarifies the content of digitalization as a special socio-economic process. The author systematizes the main directions of managing the processes of integration of modern companies into the digital economy, including in terms of operational management, financial management of organizations, personnel management, logistics technologies, etc. The expediency of modifying the management of digitalization of the activities of economic entities of the Russian economy in the context of the latest sanctions restrictions of 2022 is shown.

Введение

Различные исследователи уделяют разноплановое внимание вопросам влияния цифровизации на функции менеджмента современных компаний. Так, Р. Абрамс комплексно исследует воздействие процесса цифровизации на содержание операционного менеджмента современных промышленных компаний [19, с.59]. Дж. Конли акцентирует внимание на финансовых аспектах управления процессами интеграции компаний в пространство цифровой экономики [20, с.39]. О. Е. Устинова рассматривает влияние процесса цифровизации экономики на модернизацию функции управления маркетингом современных организаций [17, с.887].

Материалы и методы исследования

Методология исследования состоит в систематизации основных направлений использования экономического потенциала цифровизации в деятельности современных субъектов хозяйствования.

Нормативно-правовое понимание цифровизации в РФ представлено в федеральной программе “Цифровая экономика Российской Федерации” (разработана в 2017 г., модернизирована в 2021 г.) [11]. На мой взгляд, цифровизация в наиболее общем виде на микроуровне представляет собой процесс внедрения и использования информационно-коммуникационных технологий и систем различного плана в деятельности компаний разного профиля, а также комплексную интеграцию последних в виртуальные рынки и институты.

Результаты исследования и их обсуждение

В операционной (производственной) активности компаний цифровизация может использоваться в следующих основных направлениях:

- стандартизация программного обеспечения, используемого в оперативной деятельности цехов, участков, отделов, иных подразделений организации как производственного, так и обслуживающего производственный процесс характера [18, с.35];

- внедрение и развитие современной ERP-системы управления производственными процессами, позволяющей комплексно осуществлять автоматизацию операционной деятельности компании, реализовывать функцию оперативного контроля за эффективностью производственного процесса, быстро выявлять проблемные места в рамках его организации и осуществлять мероприятия по минимизации указанных проблем производственного менеджмента [1, с.38];

- формирование и совершенствование единой локальной сети взаимодействия всех подразделений организации, включающей базу знаний, инструменты формализованного и неформального общения сотрудников, комплекс норм и стандартов регламентации производственного процесса, обеспечения производственной безопасности и т.п.;

- цифровое управление процессами производственного аутсорсинга – удаленного размещения ряда производственных мощностей, которое в настоящее время достаточно широко практикуется рядом компаний, преимущественно достаточно крупными субъектами хозяйствования обрабатывающих отраслей экономики [9, с.114].

В сфере управления маркетинговой деятельностью организации основными направлениями использования потенциала цифровизации являются:

- формирование современных систем обработки маркетинговой информации (верификация потока такого рода информации, проверка ее релевантности, экспертные системы и экономико-статистические пакеты, ориентированные на определение устойчивых связей между различными параметрами маркетингового развития компании) [6, с.273];

- обеспечение маркетинговой составляющей сайта компании, в первую очередь возможности прямых продаж через данный ресурс, а также формирования на основании потенциала сайта разного рода систем маркетингового стратегического партнерства организации, развития ее брендов на отраслевых рынках [10, с.100];

- создание и развитие системы SEO-менеджмента – оптимизации размещения

компании и ее брендов (товарных групп) в ведущих поисковых системах [8, с.1809];

- внедрение и совершенствование технологий SMM-маркетинга – маркетинговой активности компании в пространстве современных социальных сетей, ютуб-каналов, ВКонтакте и др. [2, с.28];

- цифровизация индивидуальных программ потребительской лояльности, формируемых и осуществляемых организацией (скидки, дисконты, системы кэшбека и т.п. маркетинговые инструменты в отношении устойчивых групп потребителей продукции, работ, услуг компании);

- цифровизация коллегальных программ потребительской лояльности, в которых принимает участие компания с целью повышения эффективности продвижения своих брендов на отраслевых рынках сбыта [5, с.109];

- автоматизация процессов оперативного и стратегического взаимодействия с различными группами маркетинговых и сбытовых партнеров организации (дилерами, руководством филиалов и представительств компании и т.п.);

- цифровизация менеджмента складского хозяйства компании в направлении комплексной оптимизации складских запасов, минимизации на данной основе величин удельных операционных и транзакционных издержек, связанных со сбытовыми процессами;

- возможное формирование и развитие собственной цифровой платформы сбытового и маркетингового характера;

- возможное автоматизированное взаимодействие компании с цифровыми маркетплейсами и службами доставки (целесообразно для компаний, продающих товары народного потребления) [14, с.55];

- цифровое управление процессами возможного логистического (складского) аутсорсинга организации.

В сфере формирования и использования финансовых потоков компании основными направлениями использования потенциала цифровизации выступают:

- формирование и развитие единой автоматизированной системы менеджмента финансовой деятельности организации, которая может быть либо частью общей ERP-системы управления, либо носит автономный, но интегрированный с другими системами автоматизации деятельности организации характер [7, с.39];

- использование современных технологий автоматизированной обработки суще-

ственных массивов (т.н. big data) финансово-экономической информации о компании, рынках капитала, партнерах по финансовой деятельности и т.п. [18, с.188];

- цифровизация взаимодействия с внешними финансовыми контрагентами компании;

- обеспечение эффективной защиты финансово-экономической информации организации;

- цифровизация процессов выхода на виртуальные рынки капитала, в т.ч. посредством организации и осуществления ICO (initial coin offering) на современных биржах криптоактивов [15, с.320].

В области управления персоналом организации основными направлениями использования возможностей цифровизации в современных условиях хозяйствования являются:

- определение, на основании использования современных программных продуктов, в первую очередь пакетов статистического анализа, долгосрочной перспективной потребности в персонале определенного образовательно-квалификационного уровня, необходимого для обеспечения эффективной деятельности организации;

- цифровизация процессов первичного отбора кандидатов на вакантные должности в организации и, собственно, их найма на работу;

- внедрение общей системы автоматизированного управления оперативной деятельностью сотрудников производственного и непроизводственного профиля, включая системы их оптимальной, максимально безопасной и продуктивной расстановки в рамках организации, наиболее рационального осуществления отдельных видов трудовых операций, результативной организации трудовых коммуникаций в процессе текущей производственной деятельности и т.п.;

- автоматизация процессов мотивации и стимулирования трудовой деятельности сотрудников компании, включая цифровые KPI различных подразделений и конкретных специалистов [13, с.175];

- формирование и развитие автоматизированных систем управления карьерой сотрудников;

- развитие и совершенствование системы дистанционного корпоративного образования без отрыва или с минимальным отрывом от основной деятельности сотрудников (e-learning) (так, по данным официальной статистики, в 2020 г. на такого рода цели

было направлено в среднем 4,8% суммарных расходов на развитие персонала частных компаний [12, с.452]);

- внедрение эффективных автоматизированных систем и технологий кадрового менеджмента в отношении сотрудников, чей трудовой потенциал используется на основании удаленной занятости, что особенно актуально в условиях вероятного длительного сценария развития пандемийного кризиса 2020–2021 г.г. [4, с.75];

- использование в рамках оперативного менеджмента организации цифровых инструментов, например облачной технологии Trello, ориентированной на обеспечение оптимального текущего управления формированием и развитием проектных команд организации [3, с.9].

В сфере инвестиционной и инновационной деятельности наиболее актуальными направлениями использования возможностей цифрового управления на современном этапе функционирования и развития цифровой экономики являются:

- формирование, развитие и совершенствование автоматизированного банка данных инвестиционных и (или) инновационных проектов, разрабатываемых и планируемых к реализации организацией – основной целью такого рода банка данных является поиск возможных стратегических соинвесторов;

- возможное создание и обеспечение эффективного функционирования цифровой инвестиционной платформы организации, например используемой с целью организации и развития краудинвестиционной или краудфаундинговой деятельности;

- цифровое взаимодействие с внешними партнерами в сфере науки и инноваций (организациями ВО, НИИ, объектами федеральной и региональной инновационной инфраструктуры и т.п.);

- внедрение и совершенствование цифровых экспертных систем оценки экономической эффективности и рисков формирования и развития инвестиционных и инновационных проектов и программ субъекта хозяйствования.

Наконец, в области реализации такой значимой специальной функции менеджмента современными крупными и средними организациями различных отраслей экономики, в особенности функционирующими в правовых формах АО или ПАО, как корпоративное управление, основными

направлениями использования экономического потенциала цифровизации, по мнению автора, являются:

- формирование и обеспечение действенного функционирования корпоративной информационной системы (КИС), включающей возможности цифровых коммуникаций различных групп акционеров (собственников) организации с представителями топ-менеджмента по различным вопросам стратегического и тактического развития субъекта хозяйственной деятельности;

- обеспечение, в соответствии с нормами национального законодательства об акционерных обществах и раскрытии информации, максимально полного, транспарентного представления финансово-экономической и иной значимой информации о развитии организации через цифровые ресурсы и системы;

- цифровое управление процессами возможной корпоративной интеграции компании (в рамках проектов слияний и поглощений, формирования и развития ФПГ и холдинговых структур, территориальных промышленных кластеров).

Заключение

В целом, от степени согласованности, сбалансированности, конгруэнтности указанных основных направлений цифровизации деятельности современных организаций непосредственно, в условиях интенсивного развития мировой цифровой экономики в целом, зависят возможности повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования различного масштаба, форм собственности и профиля производственной деятельности.

Следует также отметить, что в контексте новейших санкционных ограничений февраля-марта 2022 г. меняется характер управления процессами интеграции в пространство цифровой экономики большинства компаний национальной экономики РФ. В сложившихся условиях хозяйствования рациональной является политика использования программного и аппаратного обеспечения преимущественно отечественного производства, национальных социальных сетей (ВК, Одноклассники, Яндекс-дзен и др.) для маркетингового продвижения продукции, работ, услуг фирм, достаточно осторожная стратегия финансовой интеграции с виртуальными рынками капитала, в особенности контролируемые контрагентами, являющимися резидентами экономических систем США и государств ЕС.

Библиографический список

1. Антонов В.Г., Самосудов М.В., Проблемы и перспективы развития цифрового менеджмента // E-Management. 2018. № 1. Т. 2. С. 38-48.
2. Белоусов Ю.В. Цифровая экономика: понятие и тенденции развития // Вестник института экономики РАН. 2021. №1. С. 26-43.
3. Богач М.А., Дроздова А.А., Пряхина В.В. Система управления проектами TRELLO как способ организации проектной деятельности учащихся // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 50-7. С. 9-11.
4. Ефимов А., Королев А. Пандемия – толчок для развития: как компании ТЭК и МСК работают с кадрами в условиях пандемии // Уголь. 2021. № 7 (1144). С. 75-76.
5. Иванченко О.В., Барауля Е.В. Развитие программ лояльности в условиях цифровизации маркетинговой деятельности // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2021. № 2(74). С. 109-115.
6. Лёвкин А.Г. Роль маркетинговой аналитики в трансформации маркетинговой стратегии компании // Russian Economic Bulletin. 2022. № 1. С. 273-278.
7. Макеева О.В., Сартаков М.В. Внедрения ERP-систем в структуру управления современной организацией // Приборы и системы. Управление, контроль, диагностика. 2021. № 9. С. 39-48.
8. Мартынов Л.М. Развитие инфоком-менеджмента в условиях актуализации формирования теории "менеджмент цифровой экономики" // Креативная экономика. 2021. Т. 15. № 5. С. 1809-1824.
9. Масленников В.В., Ляндау Ю.В., Калинина И.А. Формирование системы цифрового управления организацией // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2019. №6. С. 111-115.
10. Микоян Л.В., Губа В.В. Роль маркетинговых коммуникаций в деятельности организации // Проблемы автоматизации. Региональное управление. Связь и автоматика (Паруса-2019): сборник трудов VIII Всероссийской научной конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. 2019. С. 100-105.
11. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. №1632-р (с изм. и доп. от 29.11.2021).
12. Российский статистический ежегодник. М.: Изд-во Федеральной службы государственной статистики, 2021. 452 с.
13. Секенов Д.А., Айденова Ж.А., Жакипова А.С. Эффективность использования системы KPI // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сборник статей по материалам LXXI международной научно-практической конференции. 2018. С. 175-178.
14. Сигалов И.Д., Коротун О.Н. Маркетплейс как фактор повышения конкурентоспособности бизнеса в цифровой экономике // Конкурс прикладных исследований в области цифровизации управления бизнес-процессами (в рамках мероприятия "День менеджера"). Материалы конкурса. 2021. С. 55-58.
15. Сидорова Л.Г., Фурадеева Ю.В. Основы функционирования и взаимодействия блокчейн-технологий и криптоактивов // Рынок транспортных услуг (проблемы повышения эффективности). 2019. № 1(12). С. 320-328.
16. Симагина С.Г., Матвеева Е.А., Черных О.Н. Методология интерактивного лабораторно-практического обеспечения по дисциплине «стандартизация, сертификация и управление качеством программного обеспечения» // X Российская научно-методическая конференция профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов. 2022. С. 35.
17. Устинова О.Е. Искусственный интеллект в менеджменте компаний // Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 5. С. 885-904.
18. Шаталова В.В., Лихачевский Д.В., Казак Т.В. Большие данные: как технологии BIG DATA меняют нашу жизнь // BIG DATA и анализ высокого уровня: сборник материалов VII международной научно-практической конференции. 2021. С. 188-192.
19. Abrams R. Entrepreneurship: A Real-World Approach. Redwood City: Planning Shop, 2019. 59 p.
20. Conley J.P. Blockchain and the Economics of Crypto-tokens and Initial Coin Offerings. Vanderbilt University Department of Economics Working. 2017. June. 39 p.