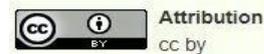


Научная статья
<https://doi.org/10.24412/2713-1742-2024-2-26>
УДК 32



ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Фэн Тун¹, Северин И.В.²

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова¹,
Краснодарское высшее военное, авиационное училище летчиков²

Аннотация. Сегодня цифровые технологии оказывают огромное влияние на все сферы жизни, в том числе и на экономическое развитие общества, в котором активное участие принимают и предприятия малого и среднего бизнеса. Фундаментальные преобразования многих МСП зависят от стратегий, в которых ключевую роль играют цифровые и Интернет-технологии. Цель данной статьи – с позиций политологии определить возможности цифровых технологий в практику управления МСП и выявить положительную динамику развития бизнеса в процессе обращения предприятия к онлайн-ресурсам. В данной работе были использованы следующие методы исследования: анализ научных источников, синтез, индукция. Результаты исследования показали, что цифровые технологии и Интернет-ресурсы – это ключ к плодотворному и успешному бизнесу. Они помогают предприятию развиваться, достигать своих целей и добиться успеха не только на внутреннем, но и на внешнем рынке. Автор статьи приходит к выводу, что именно онлайн-ресурсы являются самыми необходимыми и важными инструментами продвижения бизнеса.

Ключевые слова: малые и средние предприятия (МСП), управление, цифровизация, цифровые технологии, Интернет-ресурсы, электронный бизнес.

IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND INTERNET RESOURCES ON THE MANAGEMENT SYSTEM OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Feng Tong¹, Igor V. Severin²

Lomonosov Moscow State University¹,
Krasnodar Higher Military, Aviation School of Pilots²

Abstract. Nowadays, digital technologies have a huge impact on all spheres of life, including the economic development of society, in which SMEs also take an active part. The fundamental transformation of many SMEs depends on strategies in which digital and Internet technologies play a key role. The purpose of this paper is to identify the opportunities of digital technologies into the management practices of SMEs and to identify the positive dynamics of business development in the process of the enterprise turning to online resources. The following research methods were used in this paper: analysis of scientific sources, synthesis, induction. The results of the study showed that digital technologies and Internet resources are the key to a fruitful and successful business. They help an enterprise to develop, achieve its goals and succeed not only in the domestic but also in the foreign market. The author of the article concludes that online resources are the most necessary and important tools for business promotion.

Keywords: small and medium-sized enterprises (SMEs), management, digitalization, digital technologies, Internet resources, e-business.

Введение. Сегодня сектор малого и среднего бизнеса представляет собой один из важных столпов политической, экономической стабильности и социально-экономического развития во всем мире. Малые и средние предприятия (МСП) являются важным источником развития государства, играют важную роль в создании рабочих мест, способны обеспечить стране

стабильность, рентабельность, конкурентоспособность. В последние годы инновационные возможности МСП существенно расширились, что позволило многим компаниям, работающим не только на внутреннем, но и на внешнем рынке, если не улучшить свое положение, то, по крайней мере, поддерживать свою позицию. Однако большинство МСП сталкиваются с пробле-

мой ограниченности ресурсов (финансовых, человеческих, административных и др.), что снижает способность этих организаций справляться с конкуренцией и изменениями на рынке. Обеспечить МСП своевременной и ценной информацией и знаниями, улучшить отношения с поставщиками и клиентами, укрепить сотрудничество, повысить производительность труда сотрудников и эффективность работы самого предприятия помогут цифровые технологии, которые, стремительно ворвавшись в жизнь человечества в начале нового тысячелетия, стали определяющим фактором социально-экономического развития государства [6].

Современные МСП понимают потенциальную ценность цифровых технологий и стараются по максимуму использовать их в своей деятельности в результате чего добиваются значительных успехов и демонстрируют экономический рост.

Результаты. В последние несколько лет цифровые технологии динамично интегрируются в сферу услуг, торговли, финансов, образования и государственного управления. Эта интеграция оказывает положительное влияние и на систему управления предприятиями малого и среднего бизнеса, где преимущества цифровых технологий очевидны и заключаются в

- гибкости;
- снижении транзакционных издержек (онлайн-услуги намного дешевле);
- повышении доходов;
- более эффективных стратегиях управления, связанных с использованием заинтересованными сторонами каналов цифровой коммуникации [3, p. 1292].

Используя цифровые технологии, МСП получают широкий доступ к глобальным рынкам, предлагая свои товары и услуги, что определяет их стратегические приоритеты развития и позволяет масштабировать деятельность. При необходимости, даже если производственные мощности распределены в рамках одной системы, благодаря цифровизации процесса производства, можно быстро вносить более инновационные изменения в продукцию, чтобы удовлетворить требования клиентов.

Цифровые технологии (большие данные, технология блокчейн, квантовые технологии, искусственный интеллект, облачные вычисления, виртуальная реальность и др.), которые постоянно совершенствуются и применяются на практике, оказывают значительное влияние на стратегическое управление компаниями. В результате этого влияния произошел сдвиг в корпоративном управлении, важным компонентом которого является

подсистема управления цифровыми изменениями [5].

Влияние цифровых технологий на стратегическое управление предпринимательской деятельностью выражается главным образом в распространении цифровых систем управления предприятием и разработке больших данных для определения приоритетов стратегического развития (конструирование и анализ огромных массивов данных). Цифровые технологии оказывают свое влияние на систему управления и через использование электронной коммерции, робототехники и технологий искусственного интеллекта (в основном нейронных сетей) в практической деятельности МСП.

В настоящее время все больше и больше предприятий стремятся внедрить цифровые бизнес-стратегии или интегрировать их в устойчивое развитие. Широкое использование современных технологий в системе управления положительно сказывается на качестве сервиса, обслуживании клиентов и информационной поддержке руководителей предприятий.

Зарубежные исследователи утверждают, что с помощью цифровых инструментов предприятия могут управлять отношениями с клиентами, проводить бизнес-анализ и менять дизайн продукта, а многие МСП интегрируют социальные медиа (особенно социальные сети) в свои бизнес-планы, что приводит к глубокой трансформации организационных моделей и изменениям в динамике маркетинга [2].

Анализ деятельности бельгийских МСП (в основном, тех, которые занимаются винным бизнесом) показал, что реализация маркетинговых стратегий, ориентированных на рынок, с помощью интернет-технологий имеет очевидные преимущества. Цифровизация и интернет-технологии, как было доказано на примере некоторых компаний, должны сочетаться с традиционным стратегическим маркетингом, чтобы в конечном итоге помочь построить долгосрочные отношения с клиентами. Среди основных преимуществ цифровых технологий – возможность получения исчерпывающей информации о потребностях клиентов и целевых аудиториях, а также возможность разработки продукции, отвечающей потребностям рынка. Используя различного рода Интернет-ресурсы, МСП могут реагировать на изменения на рынке и более эффективно обслуживать клиентов. На основе определенных данных, касающихся целевой аудитории, компании разрабатывают индивидуальные маркетинговые стратегии [2].

Обсуждение. Важную роль в совершенствовании системы управления предприятиями малого и среднего бизнеса отводится Интернету и

онлайн-ресурсам, которые и стали «стартовой площадкой» развития цифровых технологий. Онлайн-ресурсы предоставляют необходимые инструменты для коммуникации и рекламного маркетинга. В наш век информатизации как малые предприятия, так и известные бренды могут использовать онлайн-ресурсы для рекламы своей продукции, привлечения клиентов и выхода на целевые группы в нужное время и в нужном контексте. Интернет – это самый простой способ для компаний установить связь со своими клиентами и покупателями. Онлайн-ресурсы разработали новые методы сотрудничества, которые дают невероятные преимущества в ведении бизнеса. Цифровой маркетинг, онлайн-банкинг, электронная коммерция – все эти инструменты являются эффективным средством ведения бизнеса [1].

Важной частью работы предприятий малого и среднего бизнеса является система электронного бизнеса, влияющая на все аспекты бизнес-операций. Зарубежные исследователи под электронным бизнесом, или электронной коммерцией, понимается любой процесс, осуществляемый коммерческой организацией через сеть, опосредованную компьютером (прежде всего, Интернет–сеть) [4]. Однако российские специалисты дифференцируют понятия «электронный бизнес» и «электронная коммерция».

Электронный бизнес – это использование интернет-технологий для преобразования основных бизнес-процессов.

Таким образом, электронным бизнесом называется любая предпринимательская деятельность, которая «использует возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью получения прибыли» [8, с. 6].

Иными словами, электронный бизнес – это «форма ведения бизнеса, при которой его значительная часть выполняется с применением информационных технологий (это локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т.д.)» [8, с. 6].

В структуру электронного бизнеса входят: маркетинг, продажи, онлайн-платежи, финансовый анализ, информационная поддержка клиентов и поддержка партнерских отношений, поиск сотрудников.

Электронная коммерция (e-commerce) является одним из видов электронного бизнеса, к которым также относятся электронные банки, электронные аукционы, электронный менеджмент поставок, электронный менеджмент операционных ресурсов, электронное обучение персонала и др. [8, с. 6].

О.В. Сизова под электронной коммерцией понимает «технологии, обеспечивающую полный замкнутый цикл операций, включающий в себя заказ товара (услуги), проведение платежей, участие в управлении доставкой товара (выполнение услуги). Эти операции проводятся с использованием электронных средств и информационных технологий и обеспечивают передачу прав собственности или пользования одним юридическим (физическим) лицом другому» [8, с. 6].

Электронная коммерция предоставляет многим предприятиям, включая малые и средние предприятия, возможность создавать собственные бизнес-модели, возрождая традиционные формы ведения бизнеса в виде его цифровых вариантов, обеспечивая тем самым стратегические преимущества компании.

Электронная коммерция – это процесс купли-продажи или обмена товарами, услугами и информацией через компьютерные сети, в том числе Интернет. Это применение электронной технологии для автоматизации деловых операций и рабочего процесса. Это доставка информации, товаров, услуг или платежей по телефонным линиям, компьютерным сетям или другими электронными средствами. Это инструмент, позволяющий сократить расходы на обслуживание при одновременном повышении скорости предоставления услуг [7]. При правильном внедрении и рациональном использовании электронной коммерции и электронного бизнеса в целом МСП могут существенно улучшить отношения с клиентами, увеличить доходы предприятия и сократить расходы на ведение бизнеса [9].

По мнению Р. Смит, используя цифровые технологии и онлайн-ресурсы, предприятия могут добиться значительного улучшения качества работы и сокращения затрат, связанных с управлением персоналом, коммуникацией внутри предприятия, административными информационными системами, системой закупок.

Цифровые и Интернет–технологии также оказывают влияние на автоматизацию и управление отделом продаж, сокращение времени выхода на рынок, снижение операционных расходов, сохранение конкурентных преимуществ, повышение качества обслуживания клиентов и, соответственно, повышение рейтинга [9].

Если говорить о влиянии онлайн-ресурсов на деятельность малых и средних предприятий, то следует отметить следующие аспекты этого влияния:

- онлайн-ресурсы – это фундаментальный инструмент для изучения и тестирования товаров;
- онлайн-ресурсы помогают предприятиям продавать товары и услуги через Интернет;

- онлайн-ресурсы помогают организациям реализовать программы обучения и повышения квалификации сотрудников;

- онлайн-ресурсы способствуют взаимодействию предприятия с деловыми кругами и потребителями (заказчиками);

- онлайн-ресурсы помогают выйти предприятию на глобальный рынок.

Заключение. Подытоживая сказанное, отметим, что в будущем ни одна организация, ни

одно предприятие не смогут обойтись без внедрения цифровых технологий в свою деятельность и без использования онлайн-ресурсов. Любая задача, связанная функционированием предприятия, будь то денежные обороты, выставление счетов, обмен информацией, подбор персонала, обучение сотрудников и т.п., будет решаться только через цифровизацию и Интернет-технологии, которые существенно изменили подход к ведению бизнеса, сделав его успешным, эффективным, конкурентоспособным.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. Dutta I. *The Global Impact of Online Resources in Business Management // International Journal of Trend in Scientific Research and Development* - 2020. – Vol. 4.ъ – No 5. – Pp. 805-807.
2. Galati A. *Social media as a strategic marketing tool in the Sicilian wine industry: Evidence from Facebook // Economics and Policy*. – 2017. – No 1 (6). Pp. 40-47.
3. Goi V., Ahieieva I., Mamonov K., Pavliuk S., Dligach A. *The Impact of Digital Technologies on the Companies' Strategic Management // Economic Affairs*. – 2023. – Vol. 68. – No 2. – Pp. 1291-1299.
4. Hecker D.E. *Employment impact of electronic business // Monthly Labour Review*. – 2001. – № 5. Pp. 3-16.
5. Lo F.Y., Campos N. *Blending Internet-of-Things (IoT) solutions into relationship marketing strategies // Technological Forecasting and Social Change*. – 2018. – No 137. – Pp. 10-18.
6. Roshan Rassool M.P., Dissanayake D.M.R. *Digital transformation for small and medium enterprises (SMEs) // International Journal of Business and Management Review*. – 2019. – Vol. 7. – No. 4. – Pp. 59-76.
7. Shahjee R. *The impact of electronic commerce on business organization // Scholarly Research Journal for Interdisciplinary Studies*. – 2016. – Vol. 4. – No 27. – Pp. 3130–3140.
8. Sizova O.V. *Electronic business. – Ivanovo, Ivanovo State Chemical-Technological University, 2018. – 101 p.*
9. Smith R. *The Impact of Electronic Business on the Organisation // URL: <https://core.ac.uk/reader/301391480>*.

Информация об авторах:

Фэн Тун, бакалавр, факультет государственного управления, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 820287601@qq.com

Северин Игорь Владимирович, кандидат философских наук, преподаватель, Краснодарское высшее военное авиационное училище летчиков, pilot120558@inbox.ru

Feng Tong, Bachelor, Faculty of Public Administration, Lomonosov Moscow State University.

Igor V. Severin, Candidate of Philosophical Sciences, teacher, Krasnodar Higher Military, Aviation School of Pilots.