

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ ПОСРЕДСТВОМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

XXI век отличается прорывным развитием цифровых технологий, революцией в пространстве информации, ускорением процессов глобализации экономики. Информация приобрела статус ключевого ресурса в общественных и хозяйственных процессах. В статье оцениваются преимущества и выявляются проблемы совершенствования потенциала организации посредством применения IT-технологий.

Ключевые слова: информационные технологии, потенциал организации, менеджмент, цифровизация

Актуальность темы обусловлена решением двух крайне важных задач для бизнеса и его менеджмента в рамках организаций реального сектора национальной экономики:

1. Оценить потенциал организации и задействовать его для устойчивого развития.
2. Способствовать развитию бизнеса на основе привлечения инновационных разработок, которые в ряде случаев связаны с развитием IT-технологий.

Решение данных задач определяет возможности и перспективы бизнеса, повышение его стоимости, рост конкурентоспособности; получение значимых финансовых результатов, позволяющих удовлетворять интересы собственников, работников организаций и общества.

Информационные технологии – основа информационной экономики и постиндустриального общества, где информация – стратегический ресурс и обладание им обеспечивает значительные преимущества.

Информационные технологии являются тем инструментом, который позволяет оперативно обрабатывать информацию и использовать ее для анализа внешней и внутренней среды, разработки инновационных стратегий.

Объектом исследования потенциала организаций была быти-индустрия и возможности использования в ней цифровых технологий.

Исследования показали, что потенциал малых организации в сфере быти-индустрии и возможность использования здесь IT-технологий, опирается на определенного рода ограничения, которые связаны с действием таких факторов, как: во-первых, отсутствие профессионального опыта у руководителей и специалистов организаций по управлению инновационными проектами и процессами, основанными на внедрении продуктов IT-технологий; во-вторых, относительно длительный период окупаемости инвестиций в развитие инновационных технологий именно в малом бизнесе ввиду его объемов деятельности, затратности новых продуктов IT-технологий и незначительного объема прибыли малых организаций. Отметим, что прибыль в условиях пандемии все более снижается и в ряде случаев организации сферы быти-индустрии получают убытки (при снижении количества клиентов); в-третьих, сопротивление человеческого фактора, отсутствие технических, организационных, интеллектуальных предпосылок овладением и использованием инновациями; в-четвертых, существующие значительные риски потерь.

Вместе с тем, учитывая ограничения и препятствия разного рода для использования инновационных разработок в быти-индустрии, основанных на применении IT-технологий, следует отметить, что сегодня значительная часть деятельности организаций в бизнес-пространстве связана с использованием информационных технологий и информационных систем. Они давно и прочно вошли в бизнес-практику компаний. Став объектом бизнеса, они превратились в важнейшую составляющую стратегического мышления инновационного менеджмента.

Широкое использование информационных систем в сфере услуг и быти-индустрии обеспечивает таким организациям наличие следующих особенностей, способствующих повышению их конкурентоспособности:

- улучшение обслуживания клиентов и расширение сферы взаимодействия с ними, что приводит к повышению лояльности их к организации и обеспечивает для самой быти-индустрии;
- своевременное обеспечение менеджеров организаций оперативной информацией для планирования, управления и принятия решений;
- повышение престижа организаций за счет уменьшения числа ошибок, обусловленных неточностью информации;

- возможность осуществления оперативного взаимодействия между сотрудниками компаний;
- увеличение прибыльности бизнеса;
- освобождение организаций от избыточности путем использования реинжиниринга бизнес-процессов.

Эксперты в области экономики отмечают, что использование информационных технологий и информационных систем организациями приводит не только к повышению эффективности бизнес-процессов, но и более эффективному функционированию всей экономики в целом. Но самое важное – это растущие возможности менеджмента управлять ресурсами на этапах жизненного цикла организации, которое обеспечивает эффективное взаимодействие с рынком. То есть, каждая организация обладает потенциалом, который не использует в полной мере. Применение продуктов ИТ-технологий позволяет решать данную проблему.

Более того, оценивая нематериальные активы бизнеса, в них следует включать с нашей точки зрения: грамотный менеджмент (соответствующий текущей ситуации и ориентированный на перспективы развития), эффективный маркетинг, деловую репутацию бизнеса, корпоративную культуру, уровень мастерства персонала, активное использование современных ИТ-технологий.

Оценить их количественно достаточно сложно, но проявление их действий всегда находит отражение в финансовых результатах деятельности организаций.

Применение ИТ-технологий в бьюти-индустрии, использование возможностей общения с клиентами в онлайн режиме, размещение на сайте компании своих продуктов, цен, описание применяемых технологий – неоспоримое преимущество, которое позволяет обеспечить рост лояльности клиентов к такой организации. Менеджмент организаций бьюти-индустрии (администраторы), выполняют, в большей степени организационные и координационные функции. Вместе с тем, они проявляют креативность в способах привлечения новых клиентов, используя возможности ИТ-технологий, размещая информацию в Интернет-пространстве и получая обратную связь от клиентов. Использование сайтов позволяет производить запись, согласовывать время посещения и консультировать клиентов онлайн.

Получение конкурентных преимуществ от использования новых технологий в управлении и привлечении клиентов невозможно без глубокой трансформации организационных, технических и технологических приемов в области маркетинга, управления, производства. Цифровизация организации приводит к ее трансформации, в основе которой лежат нематериальные активы, представленные программным обеспечением, использованием так называемого компьютерного капитала [1].

Отсутствие оценки степени и показателя, в качестве уровня распространения и использования цифровых технологий в бьюти-индустрии, позволили определить этапы внедрения и, соответственно, охват различных бизнес-процессов при использовании ИТ-технологий.

Этапы цифровизации

Название этапа	Содержание	Использование ИТ-технологий	Последствия
Этап присутствия цифровизации	Содержание этапа связано с работой над цифровой грамотностью персонала, активизируются бизнес-процессы во всей структуре. Имеют место эксперименты – пилотные исследования в отдельных подразделениях	ИТ-технологии внедряются в бизнес-процессы	
Этап формальной цифровизации	Содержание: систематическое использование новых цифровых технологий в организации маркетинговых исследований, в управлении	ИТ-технологии – составляющая деятельности организаций	Последствия: растут доходы и лояльность клиентов, конкурентоспособность
Стратегический этап цифровизации	Намечаются стратегические планы цифровой трансформации компании. На цифровизацию выделяются инвестиции, анализируются достигнутые результаты	ИТ-технологии – основа деятельности организаций	

Название этапа	Содержание	Использование ИТ-технологий	Последствия
Этап цифровой конвергенции	Цифровая трансформация поддерживается новой инфраструктурой с ее ролями, бизнес-процессами, знаниями и моделями. Складывается команда, занимающаяся процессами цифровизации, которые создают для руководства новые стратегии и модели развития		
Инновационно-адаптивный этап	Цифровизация неразрывно связана с бизнесом. Новая инфраструктура благоприятна для тестирования появляющихся на рынке технологий и их последующего масштабирования	ИТ-технологии – база принятия управленческих и маркетинговых решений	Последствия: рост доходов, устойчивое развитие, высокая конкурентоспособность

Большинство компаний бьюти-индустрии сегодня находятся на 1-2 этапе цифровизации, что сдерживает их развитие [6].

Следовательно, используя степень внедрения цифровых технологий для ведения бизнеса, считаем необходимым в качестве стратегического показателя развития организаций бьюти-индустрии применять оценку того или иного этапа использования ими ИТ-технологий.

Цифровизацию следует рассматривать как показатель оценки адаптации бизнеса к современным ИТ-технологиям, связанным с использованием программного обеспечения управления бизнесом, цифровыми продуктами, цифровыми бизнес-моделями, цифровыми бизнес-процессами. Их наличие и применение во многом упрощает управление организацией и общение с клиентами. Практика построения цифровых организаций набирает обороты, управление бизнесом все более приобретает цифровой характер, позволяя своевременно и грамотно принимать управленческие решения, адекватные текущей ситуации.

Сегодня для качественной и продуктивной работы данного сегмента бизнеса разработаны прекрасные сервисы. Программы данного раздела оснащены специальными модулями и функциями, удобны и многофункциональны, помогают эффективно и качественно организовать работу салона красоты или медицинского центра, парикмахерской или фитнес-центра, массажного кабинета или студии загара.

Обычно данные сервисы оснащены следующими возможностями: обеспечить контроль сотрудников и простоту взаимодействия с клиентами, вести финансовый и складской учет, начислять заработную плату сотрудникам, отслеживать доходы и расходы, видеть клиентскую базу, составлять расчетные и аналитические отчеты для руководителя. Все программы легки в освоении и эксплуатации.

Было рассмотрено более двух десятков вариантов программного обеспечения для бьюти-сегмента, проанализированы отзывы владельцев бизнеса и составлен топ-10 CRM.

1. Арника.
2. Beauty Pro.
3. UNIVERSE-Красота.
4. 1С:Салон красоты.
5. LokonCRM.
6. Bookfrom.
7. YCLIENTS.
8. EasyWeek.
9. GBooking.
10. БИТ.Красота.

При выборе «своей» программы необходимо ориентироваться на ее стоимость, на количественный состав организации и владение ее сотрудниками навыками ИТ-коммуникаций на современном уровне.

Список использованных источников

1. *Ананьин, В. И.* Цифровое предприятие: трансформация в новую реальность / В. И. Ананьев, К. В. Зимин, М. И. Лугачев, Р. Д. Гимранов, К. Г. Скрипкин // Информационные системы и технологии в бизнесе. – 2018. – № 7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2018/07/10/1151858968/4.pdf>.
2. *Беляцкий, Н. П.* Интеллектуальная техника менеджмента: учеб. пособие / Н. П. Беляцкий. – Минск: Новое знание, 2000. – 322 с.
3. *Беляцкий, Н. П.* Креативный менеджмент: учеб. пособие / Н. П. Беляцкий. – Минск: БГЭУ, 2016. – 290 с.
4. *Даньков, В. В.* Моделирование бизнес-процессов и систем: учеб. пособие / В. В. Даньков, М. М. Скрипниченко, С. Ф. Логинова и др. – СПб.: Лань, 2015. – 288 с.
5. *Долганова, О. И.* Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 289 с.
6. *Думбляускас, Ю.* Что губит индустрию красоты Беларуси? / Ю. Думбляускас, Т. Пирогова // Индустрия красоты: Белорусский журнал для руководителей. – 2019. – №1. – Режим доступа: https://ik1.by/public/upload/IK_1_2017.pdf.
7. *Жемчугов, А. М.* Полная модель управления организацией / А. М. Жемчугов, М. К. Жемчугов // Современный менеджмент. – 2017. – № 2. – С. 12–21.
8. *Каплан, Р.* Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 236 с.