

Сандоваль Рамос<sup>1</sup> А.А., Мякишев<sup>2</sup> Ю.Д.

<sup>1</sup>Российский университет дружбы народов  
117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6  
e-mail: 1042205108@rudn.university

<sup>2</sup>Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
e-mail: econot\_mened@mail.ru

## **Опыт цифрового экономического развития компаний в период пандемии COVID-19**

В современных экономических условиях, сложившихся в результате пандемии COVID-19, многим компаниям, чтобы выжить, приходится прибегать к интенсивному использованию цифровых инструментов для реализации удаленной работы, совершения покупок и продаж в Интернете, а также удаленного управления производственными процессами, что можно рассматривать как переход к цифровой экономике. Со своей стороны, цифровая экономика связана с влиянием цифровых технологий на модели производства и потребления (способы торговли, обмена и приобретения товаров и услуг).

Термин «цифровая экономика» появился в 1990-х годах, когда внимание было сосредоточено на влиянии Интернета на экономику. Позже он был расширен за счет появления новых типов компаний, разрабатывающих и внедряющих новые цифровые технологии. Сегодня этот термин уже связан с такими понятиями, как искусственный интеллект, Интернет вещей, дополненная и виртуальная реальность, облачные вычисления, блокчейн, робототехника, автономные транспортные средства и др.

Анализируя современную экономическую ситуацию, можно прийти к выводу, что в настоящее время существуют два основных стимула, приводящих к коренным изменениям в бизнесе и жизнедеятельности общества: цифровая трансформация и стимулирующий ее развитие коронавирус, который фактически «сломал» все формируемые годами определенные принципы организации экономической деятельности на разных уровнях. Несколько месяцев ограничений, введенных практически во всех странах мира из-за COVID-19, ускорили изменение привычек людей, которые, в свою очередь, привели к переосмыслению бизнес-моделей и бизнес-стратегий.

В этой ситуации возникает новый вопрос: кто больше сделал для цифровой трансформации компаний – стратегия, разработанная и принятая организацией, или коронавирус, заставивший резко изменить практику менеджмента. Реальность такова, что есть предприятия, которые никогда не будут прежними не только из-за экономического кризиса, но, прежде всего, из-за изменения отношений и новых привычек потребителей.

Увеличение онлайн-потребления в сфере образования привело к появлению гибридных программ в школе, университете и на предприятии. Самостоятельная работа и удаленная работа над ошибками резко сократили личные посещения учебных заведений (особенно это касается университетского образования), появилась новая форма дистанционного «потребления» образовательных услуг.

Цифровизация, которая раньше рассматривалась как источник дополнительных конкурентных преимуществ с точки зрения повышения производительности и прибыли, сегодня стала требованием для обеспечения выживания компаний.

В частности, малые и средние компании, которые начинают двигаться по пути цифровой трансформации, должны очень быстро вооружиться рядом элементов. С одной стороны, им нужно качественное и устойчивое интернет-соединение и технические средства (компьютеры и серверы), а с другой стороны, - цифровые решения, представляющие собой компьютерные системы для продаж, маркетинга и управления клиентами, адаптированные к конкретным потребностям, информационные решения в области кибербезопасности и инструменты для расширения их деловых возможностей (платформа электронной коммерции, методы цифровых платежей и т. Д.).

Мониторинг потребностей клиентов с использованием сбора информации об интернет-запросах, вслед за практикой Amazon, стало важным практически для любой компании. В последние годы наблюдается устойчивый рост спроса на услуги доставки, и события, связанные с пандемией в 2020 году, еще больше ускорили развитие данной сферы.

Примером сочетания цифровой экономики с современными технологиями во время пандемии может служить сервис Яндекс Ровер, который начал тестирование автоматической доставки готовых блюд из кафе и ресторанов Москвы согласно заказам, размещенным клиентами через приложение «Яндекс.еда».

Яндекс Ровер - это полуметровый робот-курьер, который выдерживает до 20 кг, может развивать скорость до 5 км/ч, может работать в разных погодных условиях, даже в темноте. Робот полностью автономен: он планирует свой маршрут, оценивает обстановку вокруг, избегает препятствий и пропускает пешеходов и животных.

В Яндексе считают, что в будущем робот возьмет на себя часть заказов, которые сейчас доставляют курьеры. Первые испытания таких роботов были проведены в 2019 году, и на данный момент компания обладает 20-ю такими роботами.

Есть и другие компании, которые предлагают эту услугу, например: Starship Technologies использует самоходных роботов для оказания курьерских услуг в США и сумела распространить свою деятельность более чем на сотню городов в США. Компания Amazon в 2019 г. выпустила шестиколесного робота-доставщика Scout.FedEx-2019, начала тестирование собственных курьерских роботов с аккумулятором, долго сохраняющим заряд.

Важно подчеркнуть, что приведенные в качестве примеров компании, которые работают с беспилотными роботами для служб доставки, в свое время «заглянули в будущее», поскольку они разработали все эти идеи еще до возникновения острой потребности в таких технологиях (до наступления пандемии). Пандемия лишь ускорила активное выведение подобного рода услуг на рынок.

### Литература

1. <https://www.reuters.com/article/us-russia-yandex-robots-idUSKBN28J179>
2. [https://www.cnews.ru/news/top/2020-12-09\\_yandeks\\_vypustil\\_svoih](https://www.cnews.ru/news/top/2020-12-09_yandeks_vypustil_svoih)
3. <https://www.findevgateway.org/es/seminario-portal-findev/transformacion-digital-para-la-inclusion-financiera-durante-la-pandemia-de>
4. Тюлин А.Е., Чурсин А.А., Юдин А.В., Грошева П.Ю. Теоретические основы закона управления опережающим развитием организации // Микроэкономика. 2019. № 1. С. 5-12.