

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Галимова А. Д. – магистрант
Научный руководитель – Алтынбаева Э. Р., к. э. н., доцент кафедры
экономики и организации производства,
Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Республика Татарстан

Цифровая трансформация затрагивает все стороны жизнедеятельности населения и бизнеса, поэтому логично утверждать, что развитие информационных технологий должно быть направлено и в том числе на достижение целей развития предпринимательства.

Цифровизация нами рассматривается как глобальное внедрение любых сетевых технологий, дающее конкурентные преимущества, так как во всех сферах будут улучшаться технологии производства и реализации продукции. Следует отличать цифровизацию от цифровой трансформации, под которой мы понимаем внедрение сетевых и интернет-новшеств непосредственно в сам бизнес. Как правило, цифровая трансформация сопровождается разработкой цифровой платформы, которая обеспечивает взаимодействие с цифровым миром, дает выход на новый рынок [1, с. 248].

Стремительную трансформацию общества нельзя однозначно охарактеризовать как положительное или отрицательное явление. Благодаря цифровизации предприятия могут работать дистанционно, в любом формате и режиме времени, между сотрудниками и руководством складываются горизонтальные отношения, что плодотворно позволяет достигать общие цели.

Есть и отрицательная сторона применения новых технологий, которая заключается в том, что происходит интенсивный информационный наплыв, а это формирует зависимость человека от подаваемой ему информации, невозможность отличить правду от «фейка», ставит под сомнение существование установленных прежде норм сотрудничества, обуславливает незащищенность в сети личных данных [2, с. 71].

Таким образом, цифровые технологии давно вошли в повседневную жизнь человека и заполнили все сферы производства и услуг, а в связи с кризисами 2020 года, вызванными пандемией COVID-2019, в настоящее время общественность проявляет повышенное внимание к данным новым тенденциям.

Список литературы

1. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Евневич, М. А. Клиентоориентированность в цифровой экономике / М. А. Евневич // Современная конкуренция. – 2017. – Т. 11, № 5 (65). – С. 65–79.