



**NICH TURIZM YOKI «TURIZM UCHUN URUSH»: TURIZM AKADEMIYASIDA
TURIZMNI JALB QILISHDA POSTPANDEMIK MUAMMOLAR**

Sharipova Zebo Bekmurodovna

Toshkent shahridagi Kimyo xalqaro universiteti

Dadabayeva Shaxlo Anvarovna

Toshkent shahridagi Kimyo xalqaro universiteti

Annotatsiya. Jahon bo'ylab keng tarqalgan COVID-19 jiddiy ijtimoiy-iqtisodiy natijalarga olib keladigan dunyo miqyosida kam uchraydigan favqulodda vaziyatni keltirib chiqardi. Ushbu maqola keng tarqalgan COVID-19 ning kompyuterlashtirilgan o'zgarishlarga va uning oqibatlarining iste'molchilar odatlarga ta'sirini o'rganadi. Xususan, maqolada COVID-19 avj olishi tashkilotlardagi ilg'or o'zgarishlarni tezlashtirganligini tahliliy fikri yuritiladi. Ushbu maqolaning xulosalari yangi kompaniyalar va ilg'or o'zgarishlarda egiluvchanligini tekshirish yoki qabul qiluvchiligini taklif qilgan an'anaviy uyushmalar uchun muhim bo'lishi mumkin.

Kalit so'zlar: COVID - 19, kompyuterlashtirilgan o'zgarish, raqamlashtirish, ilg'or iqtisodiyot, taraqqiyot.

**НИШЕВЫЙ ТУРИЗМ ИЛИ «ВОЙНА ИЗ-ЗА ТУРИЗМА»: ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЕ
ВЫЗОВЫ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ТУРИЗМА В АКАДЕМИИ ТУРИЗМА**

Шарипова Зебо Бекмуродовна

Международный университет Кимё в Ташкенте

Дадабаева Шахло Анваровна

Международный университет Кимё в Ташкенте

Аннотация. Широкое распространение COVID-19 вызывает необычную чрезвычайную ситуацию в области здравоохранения во всем мире с серьезными социально-экономическими последствиями. В этой статье исследуется влияние широко распространенного COVID-19 на компьютеризированные изменения и вредные привычки, наоборот. В частности, статья дает конкретные размышления о том, ускоряет ли вспышка COVID-19 серьезные изменения в организациях и каким образом. Большинство выводов этой работы могут быть важны для новых компаний и традиционных ассоциаций, которые предложили исследовать или использовать возможности для продвинутых изменений.

Ключевые слова: COVID-19, компьютеризированные изменения, цифровизация, передовая экономика, прогресс.

**NICHE TOURISM OR THE «WAR OVER TOURISM»: POST-PANDEMIC CHALLENGES
TO SUSTAIN TOURISM IN THE TOURISM ACADEMY**

Sharipova Zebo bekmurodovna

Kimyo international university in Tashkent

Dadabayeva Shaxlo Anvarovna

Kimyo international university in Tashkent

Annotation: The widespread COVID-19 is causing an unusual health emergency worldwide with serious socio-economic consequences. This article explores the impact of widespread COVID-19 on computerized changes and vice versa, a bad habit. In particular, the article gives concrete reflections on whether and how the COVID-19 outbreak accelerates progressive changes in organizations. Most of the findings of this work may be important for new companies and traditional associations that have offered to explore or exploit opportunities in the field of advanced change.

Key words: COVID - 19, computerized change, digitization, advanced economy, development.

Введение.

Всего за несколько недель мир, каким мы его знали, изменился. Широко распространенный по всему миру COVID-19 привел к закрытию предприятий, поставил под угрозу экономику и остановил нашу жизнь. Нынешняя чрезвычайная ситуация приобретает масштабы, невиданные со времен Необычайных страданий. Ожидается, что мировой ВВП упадет на -6% в случае однократного удара и на -7,6% в случае двойного удара. Ожидаемые закономерности действительно более антагонистичны для стран Организации финансового сотрудничества и улучшения (ОЭСР), определяя -7,5% неудач в ситуации с одним ударом, которая снижается до -9,3% при маловероятном возникновении мгновенной волны (ОЭСР, 2020). В то же время идея продвигается в направлении чрезвычайной ситуации в сфере занятости, которая вызывает еще большее сожаление, чем чрезвычайная ситуация, связанная с деньгами в 2008 году. В мае 2020 года уровень безработицы в странах ОЭСР несколько снизился до 8,4% после достижения в апреле 2020 года 8,5% – самого примечательного уровня безработицы за десятилетие. Несмотря на то, что сначала считалось, что финансовое оздоровление будет иметь V-образную форму, окончательные отчеты показывают, что уровень безработицы к концу 2021 года превысит докризисный уровень (ОЭСР, 2020).

На сегодняшний день страны по всему миру все еще справляются с эпизодом COVID-19, в то время как его многочисленные предложения, однако, не были полностью реализованы. Что мы действительно знаем на данный момент, так это то, что, особенно в условиях карантина, передовые достижения сделали нашу жизнь менее требовательной и, в то же время, позволили бизнесу сохранить определенный уровень активности. Более поздние цифры показывают увеличение веб-активности на 60% с декабря 2019 года по май 2020 года, подчеркивая, что активность видеоконференций увеличилась примерно на 120% по сравнению с уровнями, установленными некоторое время назад в этом эпизоде.

Общепризнано, что в настоящее время наша экономика становится все более компьютеризированной. Термин “цифровая экономика” был придуман для описания этой реальности. Проще говоря, цифровая экономика – это обычная экономика, на которую все большее влияние оказывают компьютерные достижения, такие как Интернет, универсальная сеть, облачные вычисления, огромная информация, машинное обучение, искусственный интеллект (ИИ), блокчейн, Интернет вещей (IoT), механическая автономия, искусное изготовление, предвидение и информационная аналитика и другие современные передовые достижения, которые продолжают расти. В этих условиях цифровизация подразумевает превращение интеллектуальных, коммуникационных, торговых операций и коммерческих моделей в (более) компьютеризированные. Таким образом, передовая фирма – это организация, которая частично или полностью контролирует важнейшие формы коммерции и связи со своими партнерами (поставщиками, клиентами, представителями, коммерческими сообщниками ...) с помощью компьютеризированных средств (Лаудон, 2019). Благодаря цифровизации компании меняют правила экономики, которая становится одновременно более глобальной и компьютеризированной. В результате цифровизация и глобализация в течение последних нескольких лет были двумя процессами, идущими параллельно и поддерживающими друг друга.

Цифровизация затронула практически все сферы экономики - от производства до утилизации. Интернет, портативные гаджеты и связанная с ними последовательная сеть, безусловно, изменили распространение продуктов, поскольку в наши дни компании получили гораздо более заметную аудиторию и более широкий охват клиентов по всему миру, чего они, казалось, никогда не получали в последнее время. В то же время, каждый покупатель в настоящее время имеет доступ к части более расширенных предложений. В результате экономика превратилась из экономики, зависимой от геологических условий, в настоящую мировую экономику, где предприятия сочетают различные передовые достижения (приложения, веб-сайты, торговые площадки ...) в расширении до кирпичных фундаментов, чтобы внедряться, закрепляться и предлагать клиентам свои товары и услуги администрирования.

Что касается генерации и продвижения, то передовые инновации неожиданным образом повлияли на бизнес. В любом случае, нет ни одной отрасли экономики, где хотя бы жизненно важная часть производства и/или форм потребления не подвергалась бы влиянию или

изменению цифровизации. Без сомнения, концепция исключительности промышленности меняется по сравнению с нашим первоначальным представлением о отраслях как о стабильных зонах конкуренции. Это может быть связано с тем, что продвинутый характер дескриптора создания репутации значительно стирает границы между предприятиями. Фирмы переходят из одной отрасли в другую с неиспользованными или восстановленными рекомендациями по оценке клиентов, основанными на достижениях компьютеризации. Расширяясь, механические предприятия уходят из сферы чистой инновационной коммерции, в то время как, в свою очередь, традиционные предприятия становятся все более механическими. Например, многие обычные банки называют себя финтех-компаниями, в то время как другие известные технологические компании в настоящее время управляют несколькими видами бизнеса, такими как розничная торговля и добрососедство.

В статье шоу рассказывается о том, ускоряет ли вспышка COVID-19 цифровую трансформацию организаций и каким образом. В частности, мы стремимся получить ответы на следующие вопросы, связанные с компьютеризированными изменениями в условиях широкого распространения COVID-19: ускоряет ли широко распространенный COVID-19 компьютеризированные изменения? Как работает широко распространенное и продвинутое влияние изменений, вызванных COVID-19? Как прогрессивные изменения и широко распространенный COVID-19 влияют и/или будут влиять на работу и организации? Как предприятия могут реализовать программу компьютеризированных изменений в условиях широкого распространения COVID-19? Остальная часть статьи организована следующим образом: в следующем фрагменте рассказывается о продвинутых изменениях в сравнении с компьютеризированными изменениями в условиях широкого распространения COVID-19. Принимая во внимание это, показано влияние компьютеризированных изменений и широко распространенного COVID-19 на долгосрочную работу и организации. Наконец, документ завершается несколькими заключительными замечаниями и правилами для продвинутых изменений.

Характеризующие компьютеризированные изменения в торговле и управлении

Недавно, анализируя актуальное продвижение запроса о ДТ в сфере торговли и администрирования, важно отличать ДТ от других родственных терминов, которые регулярно используются в торговле (Хагберг, 2016.). Они включают в себя (i) оцифровку, (ii) цифровизацию и (iii) опережающие изменения. Согласно глоссарию информационных технологий Гартнер, оцифровка-это метод перехода от аналогового кадра к компьютеризированному. (Хесс и др. 2016) и (Сабо и др. 2019) также рассматривают компьютеризацию форм с помощью инноваций в области данных как оцифровку.

На рубеже тысячелетий был достигнут бесконечный прогресс благодаря таким достижениям, как портативные телефоны, информационные процессоры, распределенные вычисления, пропускная способность и передовые системы сотовой связи (Повер, 2018). Эти компьютеризированные преобразования более прогрессивны, чем оцифровка, и классифицируются на следующем уровне, который связан с термином "цифровизация". Цифровизация требует других способов коммуникации и сотрудничества в рабочей среде и может быть воспринята как использование цифровых технологий и информации (оцифрованной и изначально компьютеризированной) для получения дохода, развития торговли и замены / преобразования форм коммерции (в основном не переводя их в цифровую форму). Соглашаясь со Шварцмюллером, Броси, Думаном (Швацмюллер и др. 2018), это тоже создает среду для продвинутой торговли. Компьютеризированные изменения, в свою очередь, можно охарактеризовать как интеграцию передовых инноваций во все сферы деятельности организации, что, в свою очередь, приводит к инфраструктурным изменениям в том, как работает организация, и вызывает уважение у ее клиентов (Грат and Майе, 2010). Несколько аналитиков (Бункен и др. 2021) утверждают, что цифровизация действительно продвигается вперед и в общем смысле изменяет торговые операции, товары и формы, что в некоторых случаях приводит к совершенно неиспользуемым моделям торговли. Организации, независимо от их вида и масштабов, должны быть приспособлены к адаптации или даже замене своих нынешних форм коммерции современными (Сабо, 2019), которые, по сути, могут их не устраивать (Поттс, 2018). Соглашаясь с это должно происходить быстрыми темпами, кроме того, акцентировали внимание на том, что ДТ требует изменений в управлении, культуре и

менталитете, отношении к опасностям, а также к другим способам работы, современным инновациям и готовности признавать двусмысленность и постоянные изменения.

Литературный обзор.

Увеличение количества сделок и эффективности, достижения в создании репутации, а также новые формы взаимодействия с клиентами являются иллюстрациями потенциальных возможностей для плодотворного сотрудничества, совпадающих с (Мэтт, 2015) подчеркивают, что цифровизация приносит такие инновации, как машинное обучение и аналитика, которые, в свою очередь, могут открыть бесконечные возможности для организационных мероприятий и повышения внутренней производительности.

Несмотря на то, что дискурс вокруг цифровизации, как правило, имеет позитивную направленность – и активно продвигается крупными консалтинговыми компаниями, такими как McKinsey и Boston Counseling, - более того, постепенно усиливается тенденция к возможным негативным последствиям, при этом в кейсе подчеркивается важность осознанных подходов к надзору за DT (Гриффин, 2019) или социальные и моральные проблемы (Роякерс и др. 2018).

Существующий документ предлагает провести исследование по точкам цифровизации, чтобы зафиксировать более поздние закономерности и достижения; это, по большому счету, говорит о области исследований, которая начала приносить успех. В любом случае, и это не шокирует, на сегодняшний день не существует общепризнанного определения термина цифровизация (Кнудсен, 2020). Выше обобщены определения цифровизации, распознанные в коммерческих и административных дневниках, защищенных в приложении.

Определения цифровой трансформации от автора(ов)

Цифровая трансформация – это организационная трансформация, которая интегрирует цифровые технологии и бизнес-процессы в цифровой экономике.

Стратегии цифровой трансформации рассматривают ситуацию с другой точки зрения и преследуют другие цели. Исходя из бизнес-ориентированной перспективы, эти стратегии направлены на трансформацию продуктов, процессов и организационных аспектов благодаря новым технологиям (Мэтт, 2015).

Однако цифровая трансформация (также известная как цифровизация) связана с изменениями, которые цифровые технологии могут принести в бизнес-модель, продукты, процессы и организационную структуру компании (Хесс, 2016).

Цифровая трансформация определяется как изменения в способах работы, ролях и бизнес-предложениях, вызванные внедрением цифровых технологий в организации или в операционной среде организации (Парвайнен, 2017).

Цифровая трансформация – это последовательное объединение всех секторов экономики и адаптация участников к новым условиям цифровой экономики (Бондарь, 2017).

Структура DT включает в себя создание сетей участников, таких как предприятия и клиенты, во всех сегментах цепочки создания добавленной стоимости, а также применение новых технологий. Таким образом, DT требует навыков, которые включают извлечение данных и обмен ими, а также анализ и преобразование этих данных в полезную информацию. Эта информация должна использоваться для расчета и оценки вариантов, с тем чтобы можно было принимать решения и/или инициировать действия. Чтобы повысить эффективность и охват компании, DT вовлекает компании, бизнес-модели, процессы, взаимоотношения, продукты и т.д.

Цифровая трансформация – это совокупный эффект нескольких цифровых инноваций, приводящий к появлению новых действующих лиц (и группировок действующих лиц), структур, практик, ценностей и убеждений, которые изменяют, угрожают, заменяют или дополняют существующие правила игры в организациях, экосистемах, отраслях или областях деятельности.

Несмотря на то, что цифровая трансформация сопряжена со своими проблемами, существующие исследования показывают, что цифровой феномен – это возможность для инноваций и пересмотра того, как организации ведут бизнес. Два основных аспекта цифровой трансформации определяются в терминах (1) технологии и (2) заказчика или пользователя.

Цифровая трансформация – это процесс, направленный на улучшение объекта путем внесения существенных изменений в его свойства с помощью комбинаций информационных, вычислительных, коммуникационных технологий и средств подключения.

Цифровая трансформация – это непрерывный процесс стратегического обновления, который использует достижения в области цифровых технологий для создания возможностей,

обновляющих или заменяющих бизнес-модель организации, подход к сотрудничеству и культуру.

Методология исследования.

Как видно выше, центр определений цифровой трансформации меняется от выбора и использования неиспользуемых инноваций; к изменениям в формах, операциях, отношениях с клиентами и исполнении; к созданию неиспользуемых моделей коммерции; вплоть до возможных результатов и воздействий на нескольких исполнителей и ситуации. Ожидается, что цифровая трансформация станет толчком к развитию современных организаций. Это может быть реализовано в форме неиспользуемых участников витрины, а также с организациями-владельцами офисов, у которых есть возможность перейти на другой уровень коммерции.

Заложив основы понимания цифровой трансформации, в следующем сегменте будет показана стратегия, используемая для достижения общих целей данного документа.

Обсуждение и результат.

Инновации в области обработки данных, и особенно в Интернете, будут занимать центральное место в постпандемической ситуации, когда развитие будет способствовать резкому росту использования. Ключевой точкой зрения этого всплеска станет администрирование и контроль над самим Интернетом. Несмотря на то, что Интернет может стать достоянием всего мира и ни одна страна не может контролировать его соглашения и основные моменты, его близость и доступность остаются проблемой внутри страны. На фоне широко распространенного Интернета несколько стран по определенным причинам ограничили доступ к сети.

Направление интернета в конечном итоге станет жизненно важным после его широкого распространения, потому что он останется средством связи для правительств. Они могут вмешиваться с точки зрения проверки, контроля пропускной способности, наблюдения, риска для среднего лица и электронной коммерции.

Широкое распространение привело мир к обстоятельствам, когда те, кто не связан с Интернетом, сталкиваются с дополнительными запретами. В связи со строгими мерами по социальному и физическому удалению, применяемыми в настоящее время, современные графики требуют доступа к Интернету для большинства администраций. Впоследствии те, что находятся на стороне вне базы данных компьютеризированного раздела, полностью удаляются. Причин для разделения множество: неоправданно дорогой доступ к гаджетам, непомерный доступ к Интернету, уместность вещества, доступ к возможностям или запрошенные правительством отключения Интернета. При создании наций условия являются более подлинными. Следовательно, становится поразительно важным исследовать возможные результаты гарантирующей сети. Несмотря на то, что эти вопросы были заданы и изучены ранее, COVID-19 практически привел к тому, что доступ к Интернету, по-видимому, стал необходимым для выживания. Как было предложено несколькими исследователями, доступ к ИКТ или его отсутствие могут усилить дисбаланс в обществе, где постпандемические обстоятельства могут усилить этот прогресс. При значительном использовании инноваций в достижении таких необходимых условий, как благополучие и обучение, важно понять влияние компьютеризированного раздела на социальный баланс. Впоследствии это призывает аналитиков взглянуть на влияние сети, чтобы заинтриговать политиков и, возможно, предложить способы ее улучшения с целью более тщательного рассмотрения. Влияние передовых изменений на работу и организации во время и после широкого распространения COVID-19.

В текущей ситуации, вызванной широким распространением COVID-19, компании рассматривают передовые разработки для решения социальных проблем и адаптации к современным реалиям. Никто не отрицает невероятного потенциала искусственного интеллекта, механических технологий и других передовых инноваций, позволяющих заменить ручную работу компьютеризацией. Несмотря на все это, организации должны помнить, что использование уникальных человеческих компетенций с помощью инноваций по-прежнему трудно воспроизвести. Изобретательность, сострадание, рассудительность, инстинкт, межличностная чувствительность, умение решать проблемы - вот несколько особых

человеческих качеств, которыми машины на данный момент не обладают. Следовательно, вопрос заключается не в том, следует ли заменять человеческую рабочую силу машинами, а в том, как можно использовать инновации, чтобы позволить работникам выполнять свою работу более эффективно и, в условиях COVID-19, более безопасно. Реальность такова, что нынешние обстоятельства меняют то, как люди воспринимают работу. Чтобы противостоять вызовам и использовать открывающиеся возможности, работники должны развивать специализированные и человеческие способности, а также компьютеризированные компетенции для повышения эффективности. Таким образом, независимо от того, управляют ли они собственным бизнесом, работают ли по торговым контрактам в качестве консультантов или работают на компании, люди в наши дни должны строить свою карьеру, стремясь к обучению на протяжении всей жизни и процветанию. То есть они должны продолжать задавать себе следующие вопросы: какое уважение я могу проявлять к своей работе? Как я могу использовать передовые разработки для повышения эффективности?

В этой ситуации все чаще ведутся разговоры о том, теряют ли люди свои профессии из-за механизации. Компьютеризация вытеснит не рабочие места (или их будет немного), а рутинные задачи, которые не требуют человеческих способностей к межличностному общению, таких как сострадание или квалифицированная информация. На самом деле, по оценкам, около 20% рабочих поручений поддаются автоматизации, в то время как остальные могут быть увеличены за счет инноваций. Если мы оглянемся на последние пятьдесят лет спустя, то увидим, что на безработицу в большей степени повлиял торговый финансовый цикл, чем инновации, причем чрезвычайные финансовые ситуации были вызваны не инновациями (Рисе, 2018). Более того, инновации не избавляют от профессий, а повышают эффективность работы человека. На самом деле, есть место для перемен, поскольку подсчитано, что мы, работники, тратим 80% нашего рабочего времени на выполнение второстепенных заданий, которые составляют 20% от общего объема, в то время как остальные 80% приходится на несколько обязательных заданий, которым мы посвящаем как бы 20% из нашего времени. В любом случае, причина, по которой нынешнее широкое распространение COVID-19 подталкивает компании к компьютеризации поручений, заключается в том, чтобы сохранить социальную дистанцию и приспособиться к современным нормам. Сохранится ли этот дрейф после того, как он получит широкое распространение, можно решить, но, скорее всего, он сохранится из-за его существенных и нематериальных выгод.

Важно отметить, что, действительно несмотря на то, что 20% заданий поддаются автоматизации, инновации делают возможным создание множества других профессий для такой автоматизации. За каждой машиной должно стоять множество людей, которые планируют ее, конструируют, транспортируют, наблюдают за ней, устраняют неполадки и решают, что делать дальше. Инновации могут вытеснить низкооплачиваемые профессии, но они делают другие более высококвалифицированными. Например, инновация избавляет от первых лиц, принимающих заказы на автозаправочных станциях, но создает другие квалифицированные рабочие места для проектирования, внедрения и обслуживания запрограммированных бензонасосных машин. Более того, помимо увлеченности работой, люди должны превзойти ожидания в том, в чем инновации не могут преуспеть, а именно в изобретательности и элементарном подходе, творческом подходе, наблюдении за отдельными людьми, проведении анализа и ручной плавности при перемещении, например, разнорабочих, тестировщиков схем, юрисконсультов, исследователей, бизнесменов, новаторов и т.д.. В любом случае, инновации также могут помочь им лучше выполнять свою работу и повысить эффективность

Более того, компьютерные инновации способствуют созданию совершенно неиспользуемых рабочих мест, например, PCComponentes, ведущий испанский онлайн-магазин компьютеров и скобяных изделий, открыл, на фоне нынешнего широкого распространения, вакансию для отбора "ютуберов и тиктокеров". Профессии, подобные этой, являются результатом развития компьютеризированных технологий, и, конечно, давным-давно их просто не существовало. В результате уже доступно множество вакансий, связанных с облачными вычислениями, огромным объемом информации, машинным обучением, искусственным интеллектом, блокчейном, Интернетом вещей, механической автономией и быстрым производством, и в ближайшие годы их число будет расти по мере продвижения прогрессивных

изменений. На самом деле, большинство из этих профессий можно выполнять удаленно, поэтому широко распространенный COVID-19, в случае его возникновения, оказывает на них незначительное влияние. Напротив, эти рабочие места становятся все более востребованными в условиях COVID-19, поскольку компании должны предлагать, фиксировать и проводить современные встречи с клиентами с помощью компьютеризированных средств.

Как уже говорилось выше, в том случае, если инновации повышают эффективность, на этом этапе организации будут стремиться использовать как можно больше инноваций. В любом случае, другой вопрос заключается в том, влияют ли компьютеризированные изменения и широко распространенный COVID-19 на организации и/или будут влиять в будущем. Несколько голосов утверждают, что мы движемся к независимой экономике, где организации по мере необходимости нанимают администрацию из независимых поставщиков. Это дает организациям возможность адаптироваться, поскольку контракты заключаются или расторгаются в зависимости от объема торговли. Обычно это отличный способ добраться по запросу в любую точку мира, имея при этом энергичную рабочую силу. Это приносит пользу организациям, но более того, консультантам, поскольку позволяет им работать с потрясающими компаниями. Несмотря на то, что специалисты по всему миру действительно развиваются, и около 20% рабочей силы зарабатывают на жизнь внештатной работой, все еще остается много места для коллективных организаций. Причина проста; организации создают центральную информацию, которая не предназначена для потери или передачи внешним сообщникам, поскольку они могут открыто уйти со своей информацией, когда контракт заканчивается. В частности, в качестве основы для получения современной информации и навыков несколько компаний приобретают другие компании. Есть серьезные приобретения компаний, например, еще в 2005 году Google приобрела за 50 миллионов долларов небольшой стартап под названием Android, который создал рабочую платформу для универсальных гаджетов.

Цифровизация меняет правила конкуренции между предприятиями и внутри самих предприятий. Современные торговые модели, организованные на основе компьютеризированных этапов и связанных с ними коммерческих сред, недавно появились благодаря передовым инновациям. Apple iOS и Google Android – это компьютеризированные этапы, в то время как разработчики приложений являются частью коммерческой среды, расширяемой каждым продвинутым этапом. По сути, всего за пару лет до этого лучшие администраторы Xiaomi administration извлекли выгоду из Интернета вещей как еще одной важной механической модели.

Xiaomi внесла свой вклад в новые китайские технологические компании, которые создавали предметы Интернета вещей, такие как носимые устройства и небольшие семейные устройства, а затем привнесла в них план Xiaomi и культуру проектирования. В результате они создали IoT-среду Xiaomi. Популярный робот-пылесос “Roborock vacuum”, созданный компанией Roborock Innovation, является как бы одним из вариантов определения координат предметов и работает через “Mi home” (приложение Xiaomi). Соглашаясь на сделку Road Asia, Xiaomi претендует на 24,6% акций Roborock Innovation через Shunwei Capital и Tianji Jinmi Venture. Таким образом несмотря на то, что Roborock включена в IoT-среду Xiaomi, она по-прежнему остается автономной компанией, зарегистрированной на шанхайской бирже STAR Advertise (китайская идентична NASDAQ). Другими примерами продвинутых стадий и коммерческих биологических систем в сфере розничной торговли являются Amazon и Aliexpress, в которых есть как обычные, так и онлайн-магазины.

В последнее десятилетие компьютеризированная экономика привела к появлению новых передовых предприятий - инкубаториев, колледжей и научных парков (Месегер-Мартинес, 2020). Эти новые предприятия обладают культурой и адаптивностью, позволяющими использовать преимущества цифровизации, несмотря на то, что они менее вовлечены в торговлю. В отличие от них, созданные “аналоговые” фирмы, несмотря на тот факт, что они имеют широкий коммерческий опыт, могут быть глубоко обязаны своей организационной структурой, культурой и ценностями. Следовательно, в то время как новые продвинутые предприятия нуждаются в создании неиспользуемой торговой площадки, перед созданными фирмами стоит задача тщательно изменить свою сферу деятельности. Широкое распространение COVID-19 является (и будет являться) катализатором создания новых компьютеризированных компаний, поскольку многие из этих фирм предлагают отличные идеи

для удовлетворения потребностей, одновременно предоставляя клиентам современные рекомендации по уважению. Кроме того, создаваемые фирмы в настоящее время переходят к компьютеризированным изменениям в организации, чтобы приспособиться к современным условиям и, в то же время, сохранять стратегическую дистанцию от вмешательства новых предприятий и /или их традиционных конкурентов.

Опережающие изменения несмотря на то, что они влияют на все предприятия, неожиданным образом сказываются на движении торговли с критическими контрастами между производственным, коммерческим и приносящим пользу бизнесом. Предприятия, занимающиеся изготовлением, в корне отличаются контролем затрат на единицу продукции, периодом генерации, а также разбивкой совокупных затрат на изготовление, расчет и организацию. Чтобы оставаться конкурентоспособными, их основными задачами являются адаптируемое производство, обеспечение качества, оптимизация затрат на приобретение и управление запасами. Коммерческие предприятия заинтересованы в проверке затрат на обеспечение сохранности товара, несомненно, принимая во внимание расчетные затраты и выгоды клиентов. Таким образом, перед фирмами такого рода стоит задача оптимизации покупки товара, получения выгоды для клиентов во время и после подготовки к покупке, а также стимулирования транспортировки товара. Совсем не похоже на то, что компании, приносящие пользу, такие как, проектные, конструкторские или консалтинговые фирмы, отдают приоритет затратам на усовершенствование и коммерциализацию, чтобы предприятия и клиенты могли принимать решения о преимуществах, в то время как их фундаментальные проблемы связаны с управлением предприятиями, то есть с определением размеров предприятий и групп, а также сборочных предприятий из-за свидания. Несмотря на разновидность торговых действий, то, что объединяет все предприятия, – это необходимость улучшения товаров и /или администрирования, форм торговли и моделей коммерции. Вспышка COVID-19 повлияла на бизнес не только со стороны запросов, но и со стороны предложения, поскольку широкое распространение привело к замораживанию закупок и феноменальному росту запросов на определенные товары, что вызвало серьезные проблемы в цепочке поставок. В этих обстоятельствах компьютеризированные изменения и продвижение в цепочках поставок были необходимы для того, чтобы избежать долгосрочного отсутствия товаров на складе.

Рост и продвижение совместных компьютеризированных разработок в лучшем случае приводят к ликвидации или, по крайней мере, к уменьшению разрозненности компаний, в то же время расширяя возможности сотрудничества в режиме реального времени и обмена информацией между внутренними и внешними группами по продвижению. Без сомнения, цифровизация открывает перед организациями бесконечное множество возможностей для повышения эффективности торговли за счет изменения внутренних операций и координации с поставщиками, клиентами и торговыми партнерами для обмена данными и совместной работы в режиме реального времени.

Существует множество подходов, которые компании могут использовать для достижения цифровизации и интеграции вертикальной и горизонтальной коммерции. Цепочка оценки (Портерс, 1985), которая разделяет основные упражнения и упражнения для спины, может быть использована для поиска возможностей в отношении оцифровки и интеграции цепочки оценки. В промежуточный период программа конкурентной оценки Роджерса (Рождерс, 2016) может стать ценным инструментом для использования возможностей цифровизации и интеграции вертикальной цепочки оценки. Цель экзамена по подготовке к конкурсу состоит в том, чтобы прояснить ключевые моменты в процессе создания и передачи уважения клиентам. В частности, этот подход позволяет анализировать рычаги воздействия между фирмой и ее коммерческими партнерами наряду с координированными конкурентами (симметричная конкуренция) и субститутами (неравномерная конкуренция). Другие системы, такие как так называемая «Trade demonstration Canvas», разработанная Osterwalder и Pigneur's (Пиньер, 2010), могут быть полезны для кардинального изменения торговой выставки компании, требующей использования преимуществ цифровизации как четных, так и вертикальных цепочек оценки.

Несмотря на то, что модели, системы и размышления over могут помочь осознать преимущества цифровизации, убедить финансовых специалистов, акционеров, директоров, работников и других критически важных партнеров, передовые инициативы по изменению должны быть конкретными и давать ответы на конкретные вопросы, такие как принятие после:

что проблемы и возможности, с которыми сталкивается компания в связи с компьютеризированными изменениями? Что делает конкуренция в отношении продвинутых изменений? Каких упражнений или форм можно добиться с помощью компьютеризированных средств? Может ли компания улучшить отношения или интеграцию с клиентами и поставщиками с помощью передовых технологий? Как продвинутое изменение повысят авторитет компании? Есть ли в компании общий компьютеризированный механизм внесения изменений? Какова ожидаемая отдача от спекуляций (ROI) компьютеризированной системы внесения изменений?

В нынешней широко распространенной ситуации с COVID-19 действительно более важно, чтобы любое предприятие по внедрению передовых изменений отслеживало масштабы расширения и основные движущие силы компьютеризированных изменений, подробно описывая, как расширение компьютеризированных изменений сочетается с текущими вызовами и возможностями. Цифровизация предлагает множество источников для создания репутации как для внутренних, так и для интерфейсных торговых операций. Предприятия могут координировать направления электронной коммерции B2C и B2B с помощью своих систем управления активами Endeavor (ERP) и управления складскими помещениями для запрограммированной обработки заказов. Кроме того, предприятия могут подключить свою систему управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) к системе ERP, чтобы стимулировать и повышать эффективность работы продавцов. Большинство из этих сервисов все чаще рекламируются как программное обеспечение в качестве преимущества в облаке, что делает их более приемлемыми для малого и среднего бизнеса. Другие потенциальные факторы повышения репутации связаны с использованием компьютеризированных инноваций, таких как IoT, изготовление, механическая автономия, блокчейн, искусственный интеллект и прогнозирующая аналитика. Блокчейн наряду с IoT открывает потрясающие возможности для обеспечения прямолинейности и передачи данных в режиме реального времени в цепочки поставок, в то время как огромная информация и дальновидная аналитика позволяют извлекать информацию из бесконечного объема собираемой информации. Искусственный интеллект и машинное обучение - две многообещающие инновации, которые в настоящее время широко используются в проектировании, фармацевтике и финансах. Например, автомобили и самолеты подпитываются искусственным интеллектом в том смысле, что в настоящее время они способны распознавать сбои в работе и устранять их, в то время как машинное обучение применяет вычисления, которые могут точно анализировать недуги или предлагать помощь в выборе того, следует ли допускать прогресс.

Кроме того, компании зарабатывают себе на жизнь, анализируя небольшую и огромную информацию, чтобы обеспечить превосходное взаимодействие с клиентами и их предложения. Расширяясь, чтобы обеспечить неиспользуемое уважение покупателей, компании создают продуманные формы обычных товаров, которые собирают и снабжают покупателей различной информацией о наблюдении за состоянием здоровья.

Выводы и предложения.

В то время как для реализации и распространения львиной доли этих договоренностей требуется время, широкое распространение COVID-19 ограничило возможности бизнеса, особенно обычных розничных компаний с небольшим участием или вообще без него, выходить в Интернет в условиях карантина, поэтому присоединение к нескольким коммерческим биологическим системам было одним из немногих вариантов продолжения предложения. В любом случае, другие традиционные розничные компании по-прежнему конкурируют с этими продвинутыми стадиями, либо заявляя о своих продвинутых стадиях, либо отделяя свои предложения по принципу "щелчок и предложение". При любых обстоятельствах, чтобы оставаться конкурентоспособными, они должны отделяться друг от друга. Например, они могут включать в себя оценку, предоставляя единственные в своем роде товары с преобладающими данными о товаре, возможность звонить представителю магазина для уточнения вопросов (или общаться в чате онлайн), предоставлять многоканальный интегрированный товар и выгодную рекламу и / или предлагать превосходную демонстрацию товаров онлайн, используя рабочие процессы электронной коммерции или виртуальные выставочные залы.

Наконец, чтобы убедить партнеров, передовые инициативы по изменению должны представить финансовые показатели проекта, с оговоренными выгодами и потенциальными опасностями во время и после его реализации. То есть, любой продвинутый проект по внедрению изменений должен отчитываться о своей рентабельности предприятия, используя различные стратегии оценки и ключевые показатели исполнения, связанные с деньгами, учитывая потенциальные опасности и, в то же время, измеряя любые определенные субъективные выгоды, такие как вовлеченность клиентов, удовлетворенность клиентов, внутренняя эффективность, обучение и развитие.

В заключение, организации ускоряют внедрение компьютеризированных изменений как идеального способа избежать краткосрочного финансового краха и решительно бороться с широко распространенным COVID-19. Сохранится ли этот уклон, будет зависеть от того, как мы, люди, характеризуем роль инноваций в нашей работе и жизни. Взятие после цитаты из Steve Emplacements раскрывает:

“Технология – это ничто. Что важно, так это просто иметь уверенность в людях, в том, что они в основе своей великолепны и сообразительны, и в том случае, если вы предоставите им аппараты, они будут делать с ними превосходные вещи”.

Литература/Referece:

Баунк Р.Б., Краус С., Ройг-Тьерно Н. (2021) Бизнес-модели, основанные на знаниях и инновациях, для будущего роста: цифровые бизнес-модели и портфолио, Обзор управленческой науки, 15 (1), стр. 1-14, 10.1007/s11846-019-00366-z

Гриффин У., Халлоран Д.О'. (2019) Наше общее цифровое будущее - Всемирный экономический форум по ответственной цифровой трансформации

Кнудсен Д.Р. (2020) Неуловимые границы, властные отношения и производство знаний: систематический обзор литературы по цифровизации в бухгалтерском учете *International Journal of Accounting Information Systems*, 36, статья 100441,

Лаудон, К.С., & Лаудон, Дж.П. (2019). *Управленческие информационные системы: Управление цифровой фирмой, глобальное издание*. Пирсон. [Google Scholar]

Макрат К., Майе А. (2010) "Роль институтов в инновациях в области ИКТ: уроки, извлеченные из вмешательств в нигерийскую инициативу электронного правительства "Информационные технологии в целях развития", 16 (4), стр. 260-278

Месегер-Мартинес А., Попа С. и Сото-Акоста П. (2020). Инструментарий научных парков: комплексная система стимулирующих факторов. Журнал интеллектуального капитала, (готовится к печати). <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2019-0264>. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIC-11-2019-0264/full/html> [Google Scholar]

Мэтт С., Хесс Т., Бенлиан А. (2015) Стратегии цифровой трансформации бизнеса и разработка информационных систем, 57 (5), стр. 339-343

Остервальдер, А., и Пиньер, Ю. (2010). Генерация бизнес-модели: руководство для провидцев, тех, кто меняет правила игры, и тех, кто бросает вызов. Джон Уайли и сыновья. [Google Scholar]

ОЭСР. (2020). Перспективы трудоустройства. [Google Scholar]

ОЭСР. (2020). Экономические перспективы. [Google Scholar]

Портер (1985), доктор медицины. Конкурентное преимущество: Создание и поддержание превосходной производительности. Свободная пресса. [Google Scholar]

Поттс Х.У., Бенджамин К., (2018) Цифровая трансформация в правительстве: уроки для цифрового здравоохранения? Цифровое здравоохранение, 4, 10.1177/2055207618759168

Риз, Б. (2018). Четвертая эпоха: умные роботы, сознательные компьютеры и будущее человечества. Саймон и Шустер. [Google Scholar]

Роджерс, Д. (2016). Руководство по цифровой трансформации: переосмыслите свой бизнес в эпоху цифровых технологий. Издательство Колумбийского университета. [Перекрестная ссылка], [Google Scholar]

Ройаккерс Л., Тиммер Дж., Кул Л., Ван Р.Эст (2018) Социальные и этические проблемы этики оцифровки и информационных технологий, 20 (2), стр. 127-142,

Хабберг Дж., Сундстрем М., Эгельс-Занден Н. (2016) Цифровизация розничной торговли: исследовательский подход *Международный журнал управления розничной торговлей и дистрибуцией*, 44 (7), стр. 694-712,

Хесс Т., Бенлиан А., Мэтт К., Висбек Ф. (2016) Варианты формулирования стратегии цифровой трансформации *MIS Quarterly Executive*, 15 (2), стр. 123-139

Хорват Д., Сабо Р.З. (2019) Движущие силы и барьеры индустрии 4.0: имеют ли транснациональные корпорации и малые и средние компании равные возможности? *Технологическое прогнозирование и социальные изменения*, 146, стр. 119-132, 10.1016/j.techfore.2019.05.021

Шаллмо Д., Уильямс К.А., Бордман Л. (2017) Цифровая трансформация бизнес-моделей - лучшие практики, инструменты и дорожная карта *International Journal of Innovation Management*, 21 (8), стр. 1-17.

Шварцмюллер Т., Броси П., Думан Д., Уэлл И.М. (2018) Как цифровая трансформация влияет на организации? Ключевые темы изменений в организации работы и управлении лидерством *Revue*, 29 (2), стр. 114-138, 10.5771/0935-9915-2018-2-114.