

Пандемия, как способ увеличения эффективности производства компаний.

*Студент кафедры геологии нефти и газа АГТУ, ФГБОУ ВО
«Астраханского государственного технического
университета», г. Астрахань*

Джаикова Мадина Муратовна

Ключевые слова: коронавирус, удаленная работа, офлайн, дистанционное обучение.

Аннотация: Коронавирус бросил вызов тысячам отечественных компаний. Удаленная работа стала экспериментом для бизнеса, который не готовился к подобному сценарию.

Когда удаленная работа будет налажена и будут найдены решения в отношении клиентов, поставщиков и финансирования, у компаний появится возможность критически взглянуть на бизнес и оценить сложившуюся ситуацию с точки зрения 3 перспектив дальнейшего развития:

1. Персонал

После выхода из кризиса компании смогут оценить существующую структуру и численность штата с учетом двух вопросов.

- Все ли нужны? Руководители компаний смогут оценить производительность сотрудника в режиме удаленной работы, и это покажет, кто действительно приносит ценность организации, а кто лишь занимает место. Важно не забывать, что производительность дистанционного сотрудника зависит не только от него самого, но и от качества постановки и контроля исполнения задач руководителем.

- Обязательно ли возвращать всех сотрудников в офисы или следует ввести удалённую работу в обычную жизнь организации? Преимущества для компаний ясны – экономия на аренде офисов, увеличение дохода, привлечение новых клиентов. Уже сейчас работодатели говорят, что 30–55% сотрудников могут сохранить режим удаленной или частично удаленной работы в будущем. Полученный в период карантина опыт станет неоспоримым аргументом при принятии решения.

Работа дистанционного формата больше подходит для сотрудников, занятых транзакционными операциями или индивидуальными задачами. Для остальных оптимальным будет сочетание очного командного взаимодействия и удаленной работы.

Чтобы сделать удаленную работу частью регулярного бизнеса, нужно позаботиться об подготовленности сотрудников, оперативно переведенных на удалённую работу. Тем самым необходимо будет практиковать обучение дистанционных сотрудников и их руководителей, искать способы вовлечения такого персонала и учитывать особенности механизма командной работы.

Важно учитывать, как опыт самой компании, так и опыт тех, кто уже внедрил такую практику в регулярную деятельность, например, «Яндекс», «Тинькофф» и множество IT-компаний. В них работать в удаленном режиме постоянно могут более 60% сотрудников, а офисное пространство оптимизировано исходя из коэффициента 1,5 человека на одно рабочее место.

2. Клиенты

Вынужденные ограничения, связанные с карантином, стимулируют формирование новых способов потребления – в первую очередь в отношении онлайн-покупок, обучения, развлечений, медицинских консультаций, а также и работы. Бизнесу важно среагировать на это, так как полноценная функциональность компании в привычном режиме не сможет существовать.

Руководители должны проанализировать, как будут развиваться онлайн продажи и обслуживания в дальнейшем и нужно ли переформатировать их, или стоит перейти к полному или частичному онлайн взаимодействию с потребителем.

Компаниям следует посмотреть на опыт банковской и телекоммуникационной отраслей, где роль дистанционного обслуживания значительна. Крупнейшие банки уже несколько лет занимаются оптимизацией своих мобильных приложений для более быстрых и легких взаимодействий для требуемых нужд потребителя. Операторы связи, в свою очередь, превращают отдельные магазины в салоны цифрового опыта.

Вовремя карантина клиенты начинают гораздо больше пользоваться онлайн сервисами, и при возвращении к нормальной жизни их требовательность вырастет. Если в кризис клиенты готовы смириться, например, с задержкой доставки из-за перегрузок, то в обычное время они сочтут это неприемлемым. Клиенты станут обращать больше внимания на возможность большего взаимодействия с собой, например, на возможность заказать продукты онлайн, но забрать их в ближайшем физическом магазине в удобное время. Поэтому, компаниям придется приложить усилия, чтобы соответствовать ожиданиям своих потребителей.

Многие предприятия начали развитие цифровых систем несколько лет назад и успели выстроить правильные методы работы в онлайн режиме. Поэтому для них карантин – это проверка на прочность, которая позволит выявить узкие места.

3. Поставщики

Остановка производства в Китае из-за коронавируса и ограничений в связи с ним, привела к нарушению многих логистических цепочек. В феврале ряд российских компаний, например, в ритейле, лишились возможности живых переговоров с китайскими производителями о поставках на зиму 2020–2021 гг. Также из-за сложившейся ситуации по всему миру произошли огромные нагрузки на мобильные приложения по доставке пищи и товаров, приложения по заказу такси, так как большинство рабочих предпочли остаться дома, и множество других онлайн сервисов

В то же время сложившаяся ситуация – подходящий момент для пересмотра существующей базы поставщиков и партнеров, замены проблемных и невыгодных, снижения зависимости от крупнейших поставщиков и замены их на поставщиков своей страны. Все это должно привести к оптимизации закупочных условий.

Кризис позволяет переоценить эффективность используемых подходов к управлению запасами. С одной стороны, стремление минимизировать запасы, что делается для бережливого производства, может сыграть с организациями злую шутку при перебоях в поставках. С другой – концепция поддержания избыточного аварийного запаса в нормальных условиях вредит

эффективности. Важно после проанализировать работу предприятия в кризисный период и сделать выводы.

В период нестабильности передовые предприятия вводят мониторинг устойчивости поставщиков и партнеров. Он позволяет подготовиться к тому, что в момент один из поставщиков не сможет своевременно выполнить обязательства. После завершения кризиса такую систему можно преобразовать в полноценную систему оценки качества работы поставщиков.

Кризис обнажает имеющиеся проблемы в управлении компанией. А в период карантина есть возможность ненадолго замедлиться, извлечь уроки и учесть их при разработке плана на будущее.

Удаленная работа на мировом уровне.

Количество удаленных сотрудников увеличилось вдвое в 2021 году, с 16,4% до 34,4%. Этому способствовал рост производительности работников за время карантина, [по данным Reuters](#) со ссылкой на опрос центра Enterprise Technology Research (ETR).

Опрос Enterprise Technology Research охватил 1200 IT-директоров (CIO) со всего мира. 48,6% CIO сообщили, что производительность их сотрудников выросла за время удаленной работы. Только 28,7% респондентов отметили снижение производительности. Опрошенные заявили, что сейчас 72% работников их компаний работают удаленно.

Эксперты ETR прогнозировали рост количества постоянных удаленных сотрудников. Однако они не ожидали роста показателя в два раза. По их мнению, это будет иметь серьезные последствия для многих сфер, в том числе для недвижимости, розничной торговли, общественного питания и транспорта.

Опрос также показал, что все больше IT-директоров оптимистично оценивают перспективы на следующий год. CIO ожидают, что IT-бюджеты вырастут на 2,1% и компании смогут частично разморозить наем новых сотрудников.

Рассмотрим, как пандемия повлияла на работу различных компаний, на примере Астраханской области.

По данным аналитиков, всего за период карантинных мер в России стало на 15% меньше индивидуальных предпринимателей, а количество юридических лиц сократилось на 8%. Астраханская область входит в список самых пострадавших регионов, так как в регионе стало меньше на 15% ИП и юр. лиц.

Не смотря на сложившуюся ситуацию, большинство компаний в не большом регионе смогли найти выход. Большое количество компаний стали развивать свои торговые аккаунты в социальных сетях. Тем самым набирая аудиторию не только с Астраханской области и за ее пределами, стали заниматься доставкой своей продукции в другие города. Так же заведений общественного питания стали заниматься доставкой их готовой продукции на дом, с соблюдением всех мер предосторожности. Те компании, у которых не было своей доставки, стали пользоваться сервисами других фирм, чтобы не терять клиентов и продажи. Так же кафе и сервисы быстрого питания стали практиковать, возможность заказать еду и напитки, по телефону или через приложение, пока клиент находится в дороге до заведения.

Если сравнивать Астраханскую область и другие регионы Российской Федерации, с примерно одинаковым количеством жителей, то наблюдается равный рост перехода сотрудников, перешедших на дистанционную форму работы.

Литература:

- 1 Евгения Мищенко: Принятие решений в кризисных бизнес-ситуациях, Речь, 2008 г.- 201 с.
- 2 РБК исследование рынков: Исследование влияния пандемии COVID-19 на российский бизнес, 2020 г. – 49с.
- 3 Федеральная служба государственной статистики.