

Секция «Цифровая экономика и перспективные технологии управления данными»

Новые возможности бизнеса в условиях цифровой трансформации отрасли

Научный руководитель – Мусаев Расул Абдулаевич

Канукоева Юлиана Юрьевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа
государственного администрирования (факультет), Москва, Россия

E-mail: X25445551@gmail.com

В современном мире внедрение цифровых технологий в различные сферы и отрасли набирает обороты с каждым годом. Одной из наиболее благоприятных и актуальных отраслей для внедрения новейших цифровых технологий является бизнес. Это обусловлено несколькими факторами.

Во-первых, поскольку конкуренция в отрасли очень высокая, компаниям приходится внедрять новые технологии и инструменты в отношении выпускаемых продуктов или услуг и стараются это делать быстрее своих соперников, чтобы удержать своих потребителей, хотя не у всех получается. Компании, которые не могут адаптироваться к цифровому миру, обязательно станут жертвами «цифровых изменений», и только наиболее адаптируемые компании, реагирующие на технологические тенденции, смогут выжить в конкурентной среде [6].

Во-вторых, успех работы компаний зависит от эффективности их работы. Это неотделимо связано с усовершенствованием производственных процессов и иных бизнес-процессов. Новейшие технологии играют важную роль в стимулировании нововведений, бизнес-процессов, бизнес-моделей, организационной деятельности. Большинство прогрессивных нововведений воплощаются в конкурентоспособную продукцию, как результат инновационной деятельности [7]. Трансформация бизнес – процессов: включает в себя преобразования и адаптацию долгосрочных процессов для удовлетворения изменяющихся бизнес-целей, потребительского спроса и конкуренции. Модификация бизнес-процессов происходит в рамках бизнес-операций за счет повышения качества управления рабочими процессами [6]. Модификация бизнес-процессов может быть осуществлена наиболее быстрым и эффективным способом благодаря использованию цифровых технологий и инструментов искусственного интеллекта.

В-третьих, пандемия COVID-19 повлияла на интенсивный рост спроса на онлайн-продажи в мире, в том числе и в России. Объем рынка eGrosery, например, достиг 130 млрд. рублей, рост составил 250% [5]. Тренды роста онлайн-торговли помогают облегчить компаниям составление пути покупателя, то есть различных этапов процесса потребления, через которые проходит клиент, значимость которого состоит в том, что он способствует выстраиванию долгосрочных взаимоотношений с потребителями и созданию положительного имиджа бренда. На его основании компании разрабатывают релевантный контент с использованием современных цифровых технологий для удовлетворения конкретных потребностей уже существующей аудитории и потенциальных клиентов. На протяжении всего пути покупателя потребители становятся свидетелями эпизодов прямого или косвенного контакта с брендом, которые определяются как точки соприкосновения [1]. С развитием возможностей новых инструментов искусственного интеллекта и цифровизации возникают новые пути для физических и цифровых точек контакта, а также новые разработки в области цифрового маркетинга в целом. Клиенты часто взаимодействуют с фирмами, используя несколько точек контакта, тем самым ставя перед ними задачу создания интегрированных и благоприятных условий обслуживания для различных клиентов в разных

точках соприкосновения [2]. Они присутствуют на протяжении всего цикла потребления посредством различных форм взаимодействия с потребителем, особенно актуальными их делают потребность пользователей в возможности омниканального взаимодействия с бизнесом.

Исходя из научно-технологического прогресса, точки контакта получили разделение на два вида: цифровые и физические. Сбору данных большинству компаний способствуют цифровые технологии, которые взаимодействуют через цифровые точки соприкосновения [3], а в случае с бизнес-моделями, которые полагаются на физические точки соприкосновения, компании должны прилагать дополнительные усилия для сбора данных о клиентах [4].

В данном случае новые возможности бизнеса в условиях цифровой трансформации отрасли были рассмотрены на примере маркетплейса Wildberries, поскольку именно эта платформа является одной из наиболее востребованных у потребителей. Об этом свидетельствует недавнее исследование, согласно которому данный маркетплейс входит в Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов и занимает там первое место [8]. Поскольку Wildberries имеет физические пункты выдачи, анализируемыми точками контакта стали как физические, так и цифровые.

По результатам анализа 10-и проведенных глубинных интервью и анкетированного опроса среди пользователей онлайн-торговой площадки Wildberries количеством в 90 человек можно сделать вывод о том, что наиболее «проблемными» точками контакта являются функция поиска похожих товаров, программа лояльности, поиск по фото, вкладка «лист ожидания» и поисковик. Если смотреть на эти точки контакта с позиции важности и удовлетворенности, то потребители оценили важность функции поиска похожих товаров на 2 балла из 5, программу лояльности на 4, поиск по фото на 3 балла, вкладку «лист ожидания» на 3 и поисковик на 5, а удовлетворенность была оценена на 3, 2, 2, 3 и 3 из 5 возможных баллов соответственно.

Суммируя результаты можно сделать вывод о том, что важные для потребителей функции не приносят должного уровня удовлетворенности и связано это с низким уровнем внедрения современных цифровых технологий в эти точки контакта.

Поскольку одними из точек контакта, удовлетворяющей потребности потребителей, является поиск одежды по фотографии и программа лояльности, хорошим решением будет внедрение технологий искусственного интеллекта по распознаванию и поиску схожих объектов, кроме того, в раздел информации о программе лояльности можно внедрить технологии, основанные на Power BI, чтобы потребители наглядно видели из чего формируется их скидка. Дополнительным элементом, который может быть внедрен для удержания потребителя, увеличения среднего чека и повышения уровня лояльности является внедрение мини-игр на основе искусственного интеллекта, которые по предпочтениям потребителей будут подбирать нужный товар, что значительно сократит усилия поиска потребителю и увеличит его вовлеченность.

В заключение можно сказать, что на наглядном примере видно, насколько сильно внедрение, как может показаться на первый взгляд, незначительных инструментов цифровых технологий может поменять восприятие бренда потребителями. Соответственно, у бизнеса в нынешнее время есть немалое количество возможностей, все зависит от того, насколько сами организации готовы к внедрению новых технологий в свои бизнес-процессы.

Источники и литература

- 1) Shane Baxendale, Emma K. Macdonald, Hugh N. Wilson (2015) The Impact of Different Touchpoints on Brand Consideration, 1 [Электронный ресурс] // Journal of Retailing

- [U+2012] URL: https://www.researchgate.net/publication/272198791_The_Impact_of_Different_Touchpoints_on_Brand_Consideration
- 2) Sousa R., Voss C. (2006) Service Quality in Multichannel Services Employing Virtual Channels, 5. URL: https://www.researchgate.net/publication/258158585_Service_Quality_in_Multichannel_Services_Employing_Virtual_Channels
 - 3) Sunil Erevelles, Nobuyuki Fukawa, Linda Swayne (2016) Big Data consumer analytics and the transformation of marketing, 900. URL: https://www.researchgate.net/publication/348175860_Big_Data_Consumer_Analytics_and_the_Transformation_of_Marketing
 - 4) Valdez Mendia J.M. and Flores-Cuautle J.J.A. (2022) Toward customer hyperpersonalization experience — A data-driven approach, 5 . URL: <https://ideas.repec.org/a/taf/oabmxx/v9y2022i1p2041384.html>
 - 5) Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2020. URL: https://datainsight.ru/DI_E-commerce2020
 - 6) СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-usloviya-tsifrovoy-transformatsii-biznesa>
 - 7) Кобилев А.У., Ольховская И.В. Инновации – форма управленческой деятельности государства и организаций. Экономика и бизнес теория и практика. № 1-1 (71) январь 2021
 - 8) Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов [Электронный ресурс]. URL: <https://top100.datainsight.ru/>