

НОВЫЕ ПУТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Потемкин Дин Сергеевич

студент, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, РФ, г. Нижний Новгород

NEW WAYS OF DIGITALIZING THE ECONOMY

Din Potemkin

Student, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Russia, Nizhny Novgorod

Аннотация. В данной статье описываются новые цифровые стратегии полного цикла: от производства продукции до её реализации, будь то производство промышленных товаров или оказание услуг населению. Эти стратегии приходится выбирать руководству компаний в условиях текущей пандемии COVID-19 для того, чтобы не упустить свои возможности и не снизить производственные показатели предприятий. В статье показано, что своевременный переход на цифровые технологии в большинстве случаев достаточно просто осуществить, и это позволяет не только восстановить уровень экономических показателей компаний на уровень, предшествующий пандемии, но и заложить основы для дальнейшего развития предприятий на основе новых цифровых технологий.

Abstract. This article describes new full-cycle digital strategies, from the production of products to their sales, whether it is the production of industrial goods or the provision of services to the public. In the current COVID-19 pandemic, these strategies have to be chosen by company management in order not to miss their opportunities and not to reduce the production performance of enterprises. The article shows that the timely transition to digital technologies in most cases is quite simple to implement, and it allows not only to restore the level of economic performance of companies to the pre-pandemic level, but also to lay the foundation for further development of enterprises based on new digital technologies.

Ключевые слова: цифровизация, пандемия COVID-19, бизнес, цифровые технологии, цифровые стратегии, цифровые решения, автоматизация.

Keywords: digitalization, COVID-19 pandemic, business, digital technologies, digital strategies, digital solutions, automation.

Трагические события 2020 года в связи с разыгравшейся во всём мире пандемией вируса COVID-19 заставили искать новые пути к цифровой трансформации экономики, так как предприятиям приходится резко изменять стиль и методы работы для того, чтобы не закрывать свои офисы в связи с ограничением передвижения и перебоями в поставках комплектующих, необходимых для выпуска своей продукции.

Естественно, что большинство отраслей промышленности работают в постоянном движении. Это приводит к тому, что предприятиям приходится быстрее адаптировать свои стратегии для удовлетворения быстро меняющегося поведения потребителя. Для многих предприятий это означает переход от привычной модели B2B к модели прямого доступа к потребителю или использование виртуальной потоковой передачи вместо привычных конференций, встреч, мероприятий и других форматов совместной работы. По мере того как предприятия и частные лица справляются с новыми мерами, появляются более продуктивные способы выполнения той же работы, что и делалась прежде, когда глобальная цифровизация экономики не стояла так остро перед мировой общественностью.

И если в условиях до пандемии такая цифровизация процессов производства хотя и стояла перед предприятиями, она обычно была на вторых ролях в глазах руководства, так как и без неё можно было успешно организовать процесс производства. В современных реалиях предприятиям приходится очень быстро вставать на рельсы цифровизации, чтобы не проиграть своим конкурентам [1, 2].

Такая эволюция цифровых процессов неизбежно порождает новое мышление, всегда заточенное на попытки опробования каких-то новых решений, новых технологий, новых преобразований. Трудности, ранее мешавшие предприятиям внедрять новейшие технологии, были, в первую очередь, связаны с бюрократией и нежеланием нарушать существующие методы работы, а не с самой технологией. И поскольку компаниям теперь приходится очень высокими темпами внедрять эти технологии, команды стали более разносторонними, и они быстрее приспосабливаются к удалённой работе. Им приходится резко менять свой менталитет «как всегда» подходом «давай попробуем и посмотрим, сработает ли это».

Все вышеприведённые рассуждения приводят нас к простому и естественному вопросу: ускорила ли пандемия коронавируса цифровую трансформацию экономики?

Автоматизация процессов.

Задолго до пандемии COVID-19 в большинстве стран существовала тенденция к самообслуживанию клиентов. Пандемия только ускорила этот процесс. Онлайн-заявки на получение разрешений, аренду недвижимости или получение высшего образования могут быть обременительными, особенно когда процесс не полностью оцифрован и требует от пользователей распечатки и отправки форм. Теперь, когда меньше свободы для ручного взаимодействия, потребность в информативных и интуитивно понятных клиентских порталах стала важной, хотя всего за несколько недель до пандемии эти функции считались способом оставаться впереди всех.

Цифровые дорожные карты перенаправляются в сторону от основных потоков разработки веб-сайтов, при этом больше времени и средств выделяется на автоматизацию цикла взаимодействия с клиентами. И хотя и здесь присутствует человеческий фактор при проверке, но основные усилия теперь направлены на получение клиентом всей необходимой информации через информационные центры, виртуальные выставочные залы или персонализированные разделы часто задаваемых вопросов вместо того, чтобы полагаться на помощь человека.

Высоким спросом пользуются цифровые решения, демонстрирующие работоспособность предприятий, способность принимать заказы и отвечать на запросы. Они не новы на рынке, но даже самые зрелые в цифровом отношении бренды не считали их неотъемлемой частью, пока не были введены меры изоляции, и потребители стали ещё больше полагаться на цифровые технологии.

Цифровые технологии поддерживают работу в эти времена неопределённости, и действия, предпринимаемые предприятиями сейчас, сократят период восстановления после того, как торговля вернётся в нормальное русло. По мере того как приоритеты меняются в краткосрочной перспективе, компании фактически продвигаются вперёд в своем пути цифровой трансформации и закладывают основу для получения долгосрочных выгод от взаимодействия с клиентами и их лояльности.

Поиск новых способов общения.

В результате всего вышесказанного компании потеряли личный контакт, который создаёт личную связь между клиентом и бизнесом. Команды продаж на местах могут работать только из дома, и модель центра обслуживания клиентов требует серьёзного переосмысления. Теперь предприятиям необходимо подумать о том, как принципы этого личного контакта могут быть распространены на их работу в Интернете, чтобы приспособиться к текущей ситуации.

Благодаря хорошо управляемому взаимодействию со службой поддержки у компаний есть возможность перекрёстно продавать новые решения или продавать более продвинутые и подходящие варианты. Это сводится к хорошему общению, а такие функции, как живой чат, чат-боты или интеллектуальный поиск, могут дать ответы, необходимые компаниям, чтобы не только улучшить обслуживание клиентов, но и поддержать продажи с помощью нового эффективного канала привлечения.

Снизить нагрузку на работу колл-центров компании может живой чат. Упрощая удалённую работу и направляя запросы к функциям живого чата, компания может поддерживать работу службы поддержки клиентов, не требуя, чтобы персонал отвечал на телефонные звонки [3]. С точки зрения клиента, функции чата на сайте могут предотвратить появление в длинных очередях колл-центра и, что важно, даёт им видимый сигнал о том, что компания всё ещё работает и открыта для бизнеса.

Онлайн-чат также позволяет следить за новыми операционными процессами, которые сейчас действуют принудительно. Из производственного процесса начинают исчезать дилеры. Процесс сбыта начинает работать без сбоев, и обеспечивает оптимальную среду для тестирования новой функции при её поэтапном внедрении.

Самое приятное, что запуск онлайн-чата на цифровых платформах с использованием существующих инструментов требует небольшой реализации и может быть запущен в течение дня, чего в старых условиях нельзя было и представить себе [4, 5]. Учитывая текущую экономическую ситуацию, быстрое время выхода на рынок очень важно, поэтому рекомендуется действовать тактически, не вовлекая персонал из каждого отдела, а только тот, который необходим для утверждения.

Не стоит бояться неудач.

Для профессионалов в области цифровых технологий кризис, вызванный пандемией COVID-19, предоставил уникальную возможность применить творческое мышление, выходящее за рамки комфорта для большинства предприятий, особенно тех, которые более не склонны к изменениям и риску.

Возможно, у современных организаторов производства больше никогда не будет такой возможности, чтобы быстро реализовать тактическую идею и получить возможность применить свои знания, энергию и возможности. Необходимо осваивать новые технологии и новые способы ведения дел, не опасаясь неудач. В нынешнем уникальном климате в худшем случае вы не добьётесь никаких изменений, но в лучшем случае вы можете произвести революцию в том, как работает бизнес.

Список литературы:

1. Беликова К.М. Цифровая интеллектуальная экономика: понятие и особенности правового регулирования (теоретический аспект) // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 8 (99). – С. 82-85.
2. Демьянова О.В., Диммиева А. Цифровая трансформация деятельности компании в зависимости от стадии жизненного цикла // Проблемы теории и практики управления. – 2018. – № 10. – С. 83-94.

3. Евневич М.А. Клиентоориентированность в цифровой экономике // Современная конкуренция. - 2017. - № 5 (65). - С. 65-79.

4. Иноземцева С.А. Технологии цифровой трансформации в России // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. - 2018. - № 1. - С. 44-47.

5. Как изменилось поведение потребителей во время пандемии? [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. - URL: https://aif.ru/money/mymoney/kak_izmenilos_povedenie_potrebiteley_vo_vremya_pandemii (дата обращения: 06.02.2022)