

## РАЗВИВАЮЩАЯСЯ ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЗДАЕТ ЦИФРОВУЮ ФОРМУ БИЗНЕСА

*Дилноза Джалилова Рахматовна*

*Докторант Банковско-финансовой академии*

*Республики Узбекистан*

**Анотация.** Статья посвящена анализу основных моментов влияния цифровизации на бизнес-процессы. Цифровая трансформация бизнес-процессов в настоящее время является фундаментальной эволюцией в корпоративном ландшафте. Она предполагает переход от традиционных практик решения повторяющихся задач к внедрению цифровых инструментов и технологий. Эта цифровизация повышает операционную эффективность и гибкость организации, предлагая потенциал для существенной экономии средств за счет автоматизации процессов. Основной задачей для вашей компании на этом пути является оптимизация клиентского опыта.

**Ключевые слова:** Цифровизация, цифровой маркетинг, цифровая трансформация, электронная коммерция

Зарождающаяся цифровизация проложила путь к созданию цифровых форм бизнеса, революционизируя традиционные отрасли и открывая новые возможности для предпринимателей. Переход к цифровым бизнес-моделям изменил способы работы компаний, взаимодействия с клиентами и получения дохода. Вот основные моменты влияния цифровизации на бизнес:

### 1. Цифровая трансформация:

- Цифровизация позволила предприятиям оптимизировать свои операции и процессы за счет использования технологий.

- Компании внедряют цифровые инструменты и платформы для повышения производительности, эффективности и качества обслуживания клиентов.

- Цифровая трансформация включает в себя интеграцию цифровых технологий во все аспекты бизнеса, от операций и маркетинга до обслуживания клиентов и управления цепочками поставок.

Пример: Традиционный розничный магазин внедряет веб-сайт электронной коммерции и мобильное приложение, чтобы расширить охват клиентов и обеспечить онлайн-продажи. Это позволяет клиентам просматривать и покупать продукты из любого места, в то время как бизнес получает выгоду от расширения возможностей продаж и операционной эффективности.

### 2. Электронная коммерция и онлайн-маркетплейсы:

- Рост электронной коммерции и онлайн-рынков создал новые возможности для бизнеса по привлечению клиентов по всему миру.

- Традиционные физические предприятия переходят на онлайн-платформы, сокращая географические ограничения и расширяя свою клиентскую базу.

- Онлайн-рынки предоставляют предприятиям платформу для продажи товаров и услуг, связи с клиентами и управления транзакциями в цифровом формате.

Пример: Бренд ремесленной одежды открывает интернет-магазин на популярных платформах электронной коммерции, таких как Amazon или Etsy. Продавая свою продукцию онлайн, они могут получить доступ к глобальной клиентской базе, повысить узнаваемость бренда и конкурировать с более крупными розничными брендами.

### 3. Цифровой маркетинг и реклама:

- Цифровизация изменила маркетинговый и рекламный ландшафт, предложив более целенаправленные и персонализированные подходы.

- Компании могут использовать каналы цифрового маркетинга, такие как социальные сети, поисковые системы, маркетинг по электронной почте и контент-маркетинг, для охвата своей целевой аудитории.

- Цифровой маркетинг позволяет точно таргетировать аудиторию, аналитику в режиме реального времени и корректировать стратегии на основе данных.

Пример: Небольшая кофейня создает учетные записи в социальных сетях и запускает целевые рекламные кампании на таких платформах, как Facebook и Instagram. Они используют таргетинг по местоположению и сегментацию аудитории, чтобы охватить местных клиентов, продвигать ежедневные специальные предложения и взаимодействовать с сообществом.

### 4. Удаленная работа и сотрудничество:

- Цифровизация облегчила удаленную работу и сотрудничество, разрушив географические барьеры и обеспечив глобальное привлечение талантов.

- Компании могут использовать цифровые инструменты, такие как видеоконференции, облачное хранилище, программное обеспечение для управления проектами и платформы для совместной работы, для объединения команд и повышения производительности.

- Варианты удаленной работы также обеспечивают гибкость для сотрудников, что приводит к повышению удовлетворенности работой и улучшению баланса между работой и личной жизнью.

Пример: Транснациональная корпорация внедряет политики удаленной работы и использует инструменты для совместной работы, такие как Slack, Zoom

и Google Drive. Сотрудники из разных мест могут беспрепятственно работать вместе, обмениваться документами, общаться в режиме реального времени и эффективно сотрудничать над проектами.

#### 5. Клиентский опыт и персонализация:

- Цифровизация повысила ожидания клиентов, подчеркнув важность предоставления персонализированного и бесперебойного опыта.

- Компании могут использовать данные клиентов, чтобы понимать предпочтения, предоставлять персонализированные рекомендации и предлагать целевые рекламные акции.

- Цифровые каналы позволяют компаниям взаимодействовать с клиентами в режиме реального времени, обеспечивая быстрое и эффективное обслуживание клиентов.

Пример: Интернет-магазин использует данные о клиентах для создания персонализированных рекомендаций по продуктам на основе прошлых покупок и истории просмотров. Адаптируя опыт покупок к индивидуальным клиентам, они повышают удовлетворенность клиентов, вовлеченность и вероятность повторных покупок.

#### 6. Прорыв и инновации:

- Цифровизация разрушила традиционные отрасли, породив инновационные бизнес-модели и стартапы.

- Компании, которые внедряют цифровую трансформацию и инновации, с большей вероятностью будут опережать конкурентов и адаптироваться к меняющейся динамике рынка.

- Такие технологии, как искусственный интеллект, блокчейн, Интернет вещей (IoT) и виртуальная реальность, стимулируют инновации и меняют отрасли.

Пример: появление сервисов такси, таких как Uber и Lyft, разрушило традиционную индустрию такси, используя мобильные приложения и технологию GPS. Эти платформы предоставляют удобные варианты транспорта, отслеживание в режиме реального времени и безналичные платежи, изменяя способ передвижения людей.

Переход к цифровым бизнес-моделям изменил способы работы компаний, которые уже сейчас начали влиять на экономике в частности антимонопольной области. Своевременная реакция антимонопольной политики на цифровизацию рынков смогут помочь предотвращать злоупотребление со стороны цифровых гигантов.

### Литература

1. Ватутина Лариса Алексеевна, Злобина Екатерина Юрьевна, & Хоменко Екатерина Борисовна (2021). ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ЦИФРОВАЯ



- ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА: СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И ТЕНДЕНЦИИ. Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право», 31 (4), 545-551.
2. Перетолчина А. Ни рынка, ни конкуренции // Ведомости. 2011. № 3. 13 января.
  3. Антонов И.С., & Родионова В.Н. (2023). ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК УСЛОВИЕ
  4. ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ. Организатор производства, 31 (1), 145-158.
  5. <https://trends.rbc.ru/trends/industry/607fe4549a7947027eaffbe6>
  6. Уфимцева Евгения Васильевна, Волчкова Ирина Владимировна, Шадейко Николай Ромальдович, & Геворгян Ольга Игоревна (2021). УДАЛЕННАЯ РАБОТА: СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ ТРУДОВОЙ СФЕРЫ. Экономика труда, 8 (1), 23-38.
  7. Куликова Д.С. (2022). ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ТRENДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ. Инновации и инвестиции, (4), 54-58.