

приятных связаны с желанием повысить эффективность работы, сократить издержки и удовлетворить растущие запросы клиентов. Используя современные технологии, такие как цифровые технологии и инновации, эти компании могут оставаться конкурентоспособными в условиях быстро меняющейся деловой среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мясникова, О. В. Платформенные решения для цифровой трансформации производственно-логистических систем / О. В. Мясникова // Цифровая трансформация. – 2020. – № 2 (11). – С. 5–15.
2. Гмир, Д. П. Теоретическое исследование цифровой трансформации логистических бизнес-процессов малых и средних предприятий = Theoretical study of digital transformation of logistics business processes of small and medium enterprises / Д. П. Гмир, А. О. Скробот ; науч. рук. М. К. Жудро // Развитие логистики и управления цепями поставок [Электронный ресурс] : материалы IV Международной научно-практической студенческой конференции (в рамках Международного молодежного форума «Креатив и инновации' 2023»), г. Минск, 24 ноября 2023 года / редкол.: Т. В. Матюшинец, Р. Б. Ивуть, П. И. Лапковская ; сост. П. И. Лапковская. – Минск : БНТУ, 2023. – С. 65–71.

УДК 334.02

ФОРМИРОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*А. Д. Иванова, студент группы 10503121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель С. А. Грицевич*

Резюме – в статье предлагается рассмотреть общую концепцию цифровых потребностей, влияние технологий на поведение потребителей и их ожидания от компании.

Resume – the article proposes to consider the general concept of digital needs, the impact of technology on consumer behavior and their expectations from the company.

Введение. В современном обществе цифровые потребности являются немаловажной частью повседневной жизни каждого человека. Большинство людей регулярно пользуются цифровыми устройствами и сервисами, удовлетворяя потребности в общении и развлечении, быстром поиске информации для обучения или работы, совершении покупок и во многих других направлениях.

Цифровые технологии помогают решать различные проблемы, повышая эффективность и качество услуг в различных сферах деятельности. Исследование факторов, определяющих потребности в цифровой среде в настоящее время является актуальным, так как используя раз-

личные гаджеты, пользователи хотят иметь доступ к высокоскоростному интернету; хотят, чтобы устройство было удобным в использовании; хотят быть полностью уверенными в защите их личных данных. Все перечисленное формирует общую концепцию формирования современных цифровых потребностей [1].

Основная часть. Технологии развиты повсеместно, поэтому цифровые потребности возникают в различных отраслях. Примеры некоторых из них [2]:

1. Финансовые услуги: доступ к онлайн-банкингу, мобильным приложениям для платежей и переводов, удобному кэшбэку и инвестиционным сервисам.

2. Здравоохранение: клиент имеет доступ ко всей медицинской информации, может записаться к врачу на прием онлайн, а также может заказать лекарства через мобильное приложение.

3. Розничная онлайн торговля: возможность совершать покупки с доставкой используя удобные способы оплаты, имеется доступ к онлайн-консультации.

4. Туризм и гостиничный бизнес: онлайн-бронирование жилья, экскурсий, удобная навигация, доступ к рейсам и транспорту.

Развитие продуктов в цифровой экономике тесно связано с анализом больших данных, представляющих собой электронные следы поведения потребителей. Изучение целевой аудитории и аналитика потребностей является критически важным этапом как при разработке, так и при продвижении товаров и услуг.

Компании, работающие в сфере b2c (бизнес для потребителя), являются наиболее цифровизированными. Имея тесную связь с клиентом, они быстро адаптируются к их меняющимся желаниям на рынке. На фоне компаний b2c b2b-компании медленнее вливаются в сферу технологий, однако большая часть уже постепенно адаптируются к цифровой реальности. Все компании стремятся удовлетворить ожидания и потребности клиентов, тем самым повышая спрос на свой товар или услугу, что позволяет быть конкурентоспособным на рынке [3]. Для этого необходимо регулярно проводить анализ цифровых потребностей, чтобы узнать мнение о своей компании и разработать дальнейшую стратегию.

При формировании спроса потребителей общества в электронной среде целесообразно представить примеры помощи технологий при удовлетворении цифровых потребностей [2]:

1. Мобильные приложения: онлайн-магазины, интернет-банкинг, приложения со скидками на развлечения, бронирование билетов и т. п.

2. Искусственный интеллект: компании могут использовать чат-ботов для быстрого обслуживания клиентов, если у всех возникают стандартные вопросы; системы для оптимизации запасов товаров, или алгоритмы машинного обучения для улучшения качества обслуживания.

3. Интернет вещи (IoT): умные дома, системы мониторинга здоровья, фитнес браслеты и т. д.

Чтобы провести цифровую трансформацию компании необходимо внести изменения в бизнес-процессы, что приведет к перестройке в ее подразделениях (процесс производства, доставка, прием заказов, общение с потребителями, проверка продукта на соответствие качеству и так далее). Следует отметить, что цифровая трансформация приносит огромную пользу: экономит время и повышает эффективность работы предприятия; экономит ресурсы компании (финансовые, трудовые, производственные); увеличивает масштабы бизнеса; удовлетворяет потребности клиентов и др.

В быстро меняющемся мире клиентов очень легко потерять, т. к. конкуренты не стоят на месте, придумывая новые идеи для своего продукта. Портер современного потребителя продуктов электронного бизнеса имеют завышенные ожидания и низкую концентрацию внимания. Такие потребители заинтересованы в немедленных результатах и выгодах от использования цифровых продуктов, иначе они теряют интерес и переходят к конкурентам [3]. Обеспечивая плавный и увлекательный процесс адаптации для пользователей в сети Интернет, представители электронного бизнеса снижают риск потери клиента, формируют лояльность к продукту или бренду. Предоставляя полезные рекомендации потенциальным потребителям, поддержку и обратную связь, компании демонстрируют ценностное предложение и опыт, репутацию и приверженность к успеху.

Заключение. Таким образом, ключевой акцент в адаптации предприятий и организаций к изменяющимся цифровым потребностям клиентов сосредоточен не только на разработке цифровых решений, но и на постоянном изучении и анализе поведения потребителей. Компании, которые активно следят за цифровыми трендами и готовы быстро реагировать на изменения, могут создать себе значительное преимущество над конкурентами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Использование цифровых технологий для улучшения качества обслуживания клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://proresult.by/ispolzovanie-cifrovyyh-tekhnologij-dlya-uluchsheniya-kachestva-obsluzhivaniya-klientov/?ysclid=lvp6p2bcj0356286653>. – Дата доступа: 01.05.2024.
2. Потребитель в цифровую эпоху [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketch.ru/digital-marketing/potrebitel-v-tsifrovuyu-epokhu/?ysclid=lvp6lv4ig0935677746>. – Дата доступа: 01.05.2024.
3. Трансформация потребностей и спроса на товары в цифровой экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnik.ru/marketing/transformaciya_potrebnostey_i_sprosa_na_tovary_v_cifrovoy_ekonomike/?ysclid=lvp6n8dis8894435388. – Дата доступа: 01.05.2024.