

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ В СФЕРЕ УСЛУГ

Салтрукович Н. О., студ., Алексеева Е. А., к.э.н., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В данной статье рассмотрены цифровые инструменты привлечения клиентов в сфере услуг, характерный для различных этапов цифровизации, а также возможные источники эффектов для сферы услуг, в том числе социальных и экономических.

Ключевые слова: привлечение клиентов, сфера услуг, цифровизация в сфере услуг, цифровые инструменты привлечения клиентов.

Современное состояние экономики характеризуется активным внедрением цифровых технологий, которые существенно преобразуют бизнес-процессы и усиливают конкурентоспособность малых и средних предприятий (МСП). В сфере услуг цифровизация становится ключевым фактором для преодоления ограничений традиционного управления. Такие проблемы, как неэффективная обработка клиентских запросов, потери заявок, высокая административная нагрузка на персонал и недостаточная персонализация услуг, снижают операционную эффективность и ограничивают возможности роста. Эти вызовы особенно актуальны в условиях высокой конкуренции, сезонных колебаний спроса и необходимости соответствия строгим законодательным требованиям в области защиты персональных данных. Несмотря на государственную поддержку цифровизации, многие МСП в сфере услуг сталкиваются с барьерами, включая ограниченные ресурсы, недостаточную цифровую грамотность сотрудников и сложности доступа к международным технологиям из-за внешних ограничений. Это подчеркивает потребность в разработке доступных, локализованных цифровых решений, таких как CRM-системы, адаптированных под специфику малого бизнеса в сфере услуг.

Цифровая трансформация представляет собой стратегический процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты хозяйственной деятельности, что приводит к кардинальному изменению бизнес-моделей, операционных процессов и способов взаимодействия с потребителями. В Республике Беларусь данный процесс признан одним из ключевых направлений экономического развития, что нашло отражение в ряде государственных программ и нормативно-правовых актов.

Государственная политика в области цифровизации реализуется через программу «Цифровая Беларусь» и деятельность Парка высоких технологий (ПВТ). Эти институты предоставляют малым и средним предприятиям (МСП) комплекс мер поддержки, включая налоговые льготы, доступ к современной инфраструктуре и образовательные программы. Особое значение для цифровой трансформации имеет Указ Президента № 136 «Об органе государственного управления в сфере цифрового развития и вопросах информатизации» от 7 апреля 2022 года, который закрепил институциональные основы цифрового развития страны [1]. В рамках реализации данного документа были созданы специализированные структуры, включая Центр цифрового развития, что позволило систематизировать процесс внедрения цифровых технологий в экономику [2].

Инфраструктурные условия для цифровой трансформации в Беларуси характеризуются высоким уровнем развития телекоммуникационных сетей. С уровнем проникновения интернета 89,5 % и 8,48 миллионами пользователей интернета в 2024 году Беларусь создает благоприятную среду для внедрения цифровых решений в деятельность малого и среднего бизнеса [3]. Стратегической целью государственной политики является увеличение доли МСП в ВВП страны до 40 % к 2040 году [4].

Достижение этого показателя напрямую связано с процессами цифровизации, которые позволяют предприятиям:

- оптимизировать внутренние бизнес-процессы;
- расширять рынки сбыта через цифровые каналы;
- внедрять инновационные продукты и услуги.

Цифровизация МСП в сфере услуг в Республике Беларусь не только решает операционные задачи, но и вносит значительный вклад в устойчивое развитие экономики,

поддерживая социальные и экологические инициативы. Цифровые технологии позволяют предприятиям адаптироваться к быстро меняющимся рыночным условиям, минимизировать ресурсные затраты и повышать качество взаимодействия с клиентами, что особенно важно в условиях глобальной конкуренции и санкционных ограничений 2025 года. Устойчивое развитие, подкрепленное цифровизацией, проявляется в снижении экологического следа за счет перехода на безбумажный документооборот, оптимизации энергопотребления и внедрения экологически ориентированных бизнес-моделей.

Социальный эффект цифровизации заключается в создании новых рабочих мест и повышении квалификации персонала. Например, в торговле МСП внедряют платформы электронной коммерции для выхода на международные рынки, а в сфере услуг применяют чат-боты для автоматизации консультаций. Эти изменения создают рабочие места для ИТ-специалистов и маркетологов, а также способствуют экологической устойчивости за счет оптимизации ресурсов, что соответствует глобальным стандартам устойчивого развития. Внедрение цифровых инструментов, таких как аналитические платформы и системы автоматизации маркетинга, требует специалистов в области информационных технологий, цифрового маркетинга и управления данными. Цифровые технологии также стимулируют инновации в различных отраслях МСП, включая сферу услуг, сельское хозяйство и торговлю. В сфере услуг культуры и спорта, например, фитнес-центры внедряют чат-боты на базе искусственного интеллекта для автоматизации консультаций, что сокращает время ответа и увеличивает клиентскую удовлетворенность. В торговле цифровые каналы, такие как платформы электронной коммерции, позволяют малым предприятиям предлагать продукцию на международных рынках, увеличивая экспортный потенциал. Цифровизация трансформирует традиционные подходы, создавая новые возможности для роста и диверсификации бизнеса [5].

Процесс цифровизации проходит через три основных этапа – автоматизацию, оптимизацию и трансформацию, каждый из которых сопровождается значительными социально-экономическими эффектами.

Первый этап цифровизации – автоматизация – направлен на замену традиционных процессов цифровыми решениями, что позволяет сократить временные затраты и повысить эффективность. Для сферы услуг автоматизация охватывает такие процессы, как регистрация клиентов, бронирование и учет посещений. Внедрение систем управления клиентами (CRM) и онлайн-форм записи позволяет предприятиям значительно сократить время на обработку клиентских запросов, что особенно важно в пиковые периоды спроса. Автоматизированные системы бронирования предотвращают ошибки двойного бронирования, характерные для управления с использованием бумажных носителей, обеспечивая точное планирование расписания.

Социально-экономические эффекты автоматизации проявляются в повышении производительности труда и снижении административной нагрузки. Сотрудники, которые раньше тратили много времени на рутинные задачи, такие как обзвон клиентов или ведение бумажных журналов, может сосредоточиться на консультировании и улучшении клиентского опыта. Это способствует повышению удовлетворенности клиентов и увеличению их лояльности. Цифровизация позволяет адаптироваться к колебаниям спроса, характерным для сферы услуг. Кроме того, автоматизация создает новые рабочие места, связанные с обслуживанием цифровых систем, например, администраторов CRM или специалистов по цифровому маркетингу.

Второй этап – оптимизация – предполагает использование аналитических инструментов и облачных технологий для повышения эффективности ресурсов и снижения издержек. На этом этапе в сфере услуг внедряют системы аналитики для анализа данных о посещаемости, клиентских предпочтениях и доходах, что позволяет оптимизировать расписание и маркетинговые кампании. Например, аналитика помогает определить наиболее популярные и перераспределить ресурсы, чтобы избежать перегрузки персонала и помещений. Это позволяет существенно снизить операционные издержки за счет минимизации неэффективного использования помещений и персонала. Интеграция с локальными социальными сетями усиливает маркетинговые возможности, позволяя проводить персонализированные кампании и расширять охват аудитории.

Облачные решения, такие как платформы с локальными серверами в Минске, обеспечивают доступ к данным в реальном времени, что позволяет быстро реагировать на изменения спроса, например, запускать таргетированные акции в летний период для компенсации спада. Интеграция с локальными социальными сетями, усиливает

маркетинговые возможности, позволяя проводить персонализированные кампании и расширять охват аудитории. Высокий уровень проникновения интернета в Беларуси (89,5 % в 2024 году) и доля пользователей мобильного интернета создают благоприятные условия для таких решений [6].

Социально-экономические эффекты оптимизации включают повышение экономической эффективности и внедрение инноваций. Снижение издержек позволяет инвестировать в улучшение услуг, например, в покупку нового оборудования или разработку новых видов услуг, в том числе он-лайн, что привлекает новых клиентов. Инновации, такие как использование чат-ботов на базе искусственного интеллекта для автоматизации консультаций, значительно сокращают время ответа и повышают конверсию. Оптимизация также способствует экологической устойчивости, так как переход на облачные системы снижает потребность в бумажном документообороте, что соответствует международным стандартам устойчивого развития.

Третий этап – трансформация – связан с созданием новых бизнес-моделей, основанных на цифровых технологиях, что позволяет предприятиям сферы услуг выходить на международные рынки и масштабировать операции. В сфере услуг трансформация проявляется в развитии онлайн-услуг, таких как виртуальные занятия или культурные мероприятия, доступные через платформы видеоконференций.

Социально-экономические эффекты трансформации включают значительный рост конкурентоспособности и создание высококвалифицированных рабочих мест. Разработка онлайн-услуг требует специалистов в области цифрового маркетинга, разработки приложений и кибербезопасности, что способствует росту занятости в высокотехнологичных секторах. Трансформация также стимулирует инновации, такие как использование искусственного интеллекта для прогнозирования спроса, что позволяет оптимизировать маркетинговые кампании в пиковые периоды.

Список использованных источников

1. Указ Президента Республики Беларусь № 136 «Об органе государственного управления в сфере цифрового развития и вопросах информатизации» / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32200136> (дата обращения: 16.03.2025).
2. Какое будущее у «цифровой» Беларуси // ibMedia. – 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://ibmedia.by/business/issledovaniye/kakoe-budushhee-u-tsifrovoj-belarusi/> (дата обращения: 28.03.2025).
3. Диджитал-портрет Беларуси – 2024: активное развитие социальных сетей и сокращение пользователей интернета / Экономическая газета [Электронный ресурс]. – URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/didzhital-portret-belarusi-2024/> (дата обращения: 28.03.2025).
4. Цифровая трансформация в Беларуси: новые подходы и приоритеты развития // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2024/october/79153/> (дата обращения: 10.04.2025).
5. Купревич, Т. С. Цифровая трансформация международного бизнеса / Т. С. Купревич, Г. В. Турбан. – Минск : РИВШ, 2022. – 100 с.
6. Статистика интернета и социальных сетей на 2024 год – цифры и тренды Беларуси / Myfin.by [Электронный ресурс]. – URL: <https://myfin.by/article/tekhnologii/tiktok-nabiraet-popularnost-u-belorusov-issledovanie> (дата обращения: 12.04.2025).