

УДК 330.101; 658.8.011.56
JEL classification: L10; L13; L16; M15

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/104/44>

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

©*Кукуитз П. В.*, ООО «Рестомания», г. Москва, Россия, paulkukitz@gmail.com

CLOUD TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR INCREASING SALES IN MODERN TRADE ORGANIZATIONS

©*Kukitz P.*, Restomania LLC, Moscow, Russia, paulkukitz@gmail.com

Аннотация. В условиях растущей цифровизации бизнеса и необходимости адаптации к вызовам цифровой экономики облачные технологии становятся одним из ключевых инструментов повышения эффективности и конкурентоспособности торговых организаций. Исследование посвящено анализу перспектив и возможностей использования облачных решений для увеличения продаж в сфере торговли. В статье рассматриваются основные модели предоставления облачных услуг, их преимущества и влияние на различные задачи в деятельности торговых предприятий. Особое внимание уделяется возможностям облачных технологий в совершенствовании аналитики, управления взаимоотношениями с клиентами и реализации омниканальной стратегии взаимодействия. По результатам исследования делаются выводы о том, что внедрение облачных решений способствует повышению продаж, оптимизации затрат и формированию конкурентных преимуществ торговых организаций, задает основу для устойчивого роста и развития в условиях цифровой трансформации, растущего цифрового разрыва.

Abstract. In the context of increasing business digitalization and the need to adapt to the challenges of the digital economy, cloud technologies are becoming a key tool for enhancing the efficiency and competitiveness of trade organizations. This study is dedicated to analyzing the prospects and opportunities for using cloud solutions to increase sales in the trade sector. The article discusses the main models of cloud service provision, their advantages, and their impact on various tasks in the activities of trading enterprises. Special attention is given to the capabilities of cloud technologies in improving analytics, managing customer relationships, and implementing an omnichannel interaction strategy. The research concludes that the implementation of cloud solutions contributes to increased sales, cost optimization, and the formation of competitive advantages for trade organizations, setting the foundation for sustainable growth and development in the conditions of digital transformation and the increasing digital divide.

Ключевые слова: облачные технологии, цифровизация бизнеса, торговые организации, повышение продаж, омниканальная стратегия, цифровая трансформация.

Keywords: cloud technologies, business digitalization, trade organizations, sales increase, omnichannel strategy, digital transformation.

Нарастающие проблемы цифрового неравенства определяют необходимость адаптации бизнеса к вызовам цифровой экономики, среди которых наиболее проблемный характер приобретают вызовы доступности и финансового обеспечения цифровых трансформаций. Учитывая концептуальную роль и перспективы осуществления цифровых трансформаций (т.е. комплексного перехода на использование цифровых технологий в деятельности бизнеса), возрастает необходимость балансирования между принципами и ценностями цифровизации с одной стороны и вопросами обеспечения эффективности цифровых трансформаций с другой. Особенно актуальной проблема доступности цифровых технологий становится для малых и средних субъектов предпринимательства, в деятельности которых из-за фактора размерности наиболее перспективным вариантом цифровых трансформаций выступает ориентированность на использование облачных решений (как наиболее финансово доступного, не требующего длительного временного планирования и оптимально-функционального способа переходить на цифровизацию и новую инфраструктуру).

Облачные технологии в бизнесе отличаются собственными перспективами и концептуальными преимуществами, которые исходят из обеспечения дистанционного (удаленного) доступа к цифровой инфраструктуре и её функциональным преимуществам. Наиболее примечательным на наш взгляд видятся вопросы использования облачных решений в торговых организациях в целях преодоления физических ограничений по продажам, что исходит как из вышеупомянутой функциональности облачных решений, так и их ориентированности на формирование особых конкурентных преимуществ, построенных на долгосрочных и планомерных улучшениях традиционных подходов к осуществлению хозяйствования. Вместе с тем, существует противоречие между необходимостью осуществлять цифровые трансформации в бизнесе и определением потенциала их влияния на результаты функционирования бизнес-субъекта, которые в торговых организациях выражаются в виде динамики продаж.

Цель исследования — определить перспективы повышения продаж торговой организации посредством внедрения облачных технологий.

Материал и методы исследования

В основу исследования положены принципы системного, риск-ориентированного и рыночного подходов, которые позволяют рассматривать процесс цифровой трансформации бизнеса с точки зрения прикладных перспектив, рисков и возможностей. Материалами к исследованию выступили научные исследования, посвященные проблематике внедрению облачных технологий в деятельность торговых организаций. Среди методов исследования задействованы методы анализа научной литературы по теме исследования, описания, абстракции, обобщения.

Результаты и обсуждение

Высокая динамика проникновения цифровых технологий в бизнес и популяризация решений, связанных с формированием доступной цифровой инфраструктуры, становятся ключевыми факторами массовых цифровых трансформаций, приводящих к формированию определенных конкурентных преимуществ «оцифрованного» (как частично, так и полностью) бизнеса перед неоцифрованными игроками. В результате, в бизнесе возникает необходимость внедрять соответствующие стратегическим целям, задачам и ориентирам развития цифровые решения; очевидным, вместе с тем, становится вопрос доступности и управления издержками на внедрение технологий, в пользу которого играет несколько факторов:

Во-первых, длительность цикла создания ценности и коммерческого эффекта от применения технологий в бизнесе, что в особенности касается внутренней инфраструктуры, направленной на оптимизацию процессов и не обеспечивающей рост прямых продаж (отслеживание финансово-экономических эффектов по которым затруднено ввиду непрямого характера).

Во-вторых, высокие временные затраты на развертывание аппаратных решений, при сосуществовании с системой иных ограничений технологического, инфраструктурного, а также финансового характера на финансирование разработки, улучшения, развертывания и непрерывной поддержки собственных решений (каждый из нюансов приводит к возникновению дополнительных финансовых издержек, сводится к потерям финансовых ресурсов).

В-третьих, формирование затрат в текущем и последующим периодах с созданием «негарантированной» ценности в будущем, что в некоторых случаях сопоставляется с иными направлениями развития и приводит к отказу от цифровизации в текущем периоде (несмотря на осознание долгосрочной значимости) в пользу иных направлений (например, закупка товара, стимулирование сотрудников и т. п.).

Все обозначенное формирует противоречие, где с одной стороны бизнес нуждается в цифровых трансформациях, с другой стороны демонстрирует неготовность и невозможность их обширного финансирования и поддержания. Перспективным направлением преодоления данного противоречия (пусть и частичного) нами видятся облачные решения. Облачные технологии становятся одним из наиболее перспективных для современного бизнеса цифровых решений, востребованность которых обуславливается направленностью на:

- возможность ситуативного масштабирования в зависимости от потребности бизнеса в использовании конкретных технологий и/или функций (в том числе по объему предоставления услуг, инфраструктуры и т. д.);
- простоту управления информационными потоками и доступными технологиями при одновременном снижении затрат на обеспечение доступности решений;
- улучшении процессов в бизнесе за счет включения прикладных способов их осуществления на базе «удаленных» технологий.

На примере облачного хранения данных авторы подчеркивают, что перед бизнесом при ориентации на облачные решения стоит ряд главных задач, связанных с: выбором надежного поставщика, выбором подходящего под цели и задачи бизнеса решения, с управлением безопасностью применения технологий от конкретного разработчика (наличие системных ошибок, проблем с протоколами и стандартами безопасности, подверженность серверных мощностей кибератакам, что негативно влияет на бесперебойный доступ к технологиям) [1].

Согласно позиции А. А. Мирошниченко, А. А. Абдуллаевой и М. А. Дементьева, которые указывают на прикладную значимость облачных технологий в задачах поддержания устойчивого финансового и экономического роста бизнеса за счет использования новых решений и их функционально-целевых преимуществ. Авторы также считают, что главный вопрос выбора облачных технологий кроется не столько за обоснованием этого выбора, сколько за поиском надежного партнера-поставщика облачных решений, который поможет бизнесу разработать стратегию внедрения и применения облачных технологий, обучать сотрудников к использованию технологии, а также выбрать действительно подходящее решение под имеющиеся запросы [2]. Однако стоит подчеркнуть, что важным элементом успешного внедрения облачных технологий в бизнес становится наличие стратегии, в которой будут четко расставлены все необходимые акценты по вопросам функций, их

целевого назначения, подготовки сотрудников, а также планомерного масштабирования при различных сценариях применения технологий.

Ценность технологий, как верно подчеркивают Л. А. Денисова и А. Н. Лопатников, кроется как за цифровой трансформацией бизнеса (ввиду её неотложного характера и усиливающегося цифрового разрыва), так и влиянием на состояние и характер реализации бизнес-моделей и стратегий развития, в которых немаловажную роль занимают именно облачные технологии и решения, позволяющие компаниям быстро реагировать на внешнюю неопределенность, адаптироваться под вызовы внешней среды [3].

Так, конкретизируя вышеизложенное под специфику торговых предприятий, заметим, что достаточно примечательным на фоне учащающихся цифровых трансформаций направлением цифровизации торгового бизнеса видится внедрение облачных технологий, под которыми понимается комплекс решений (технологии и услуги), доступных бизнес-субъектам по моделям собственного программного обеспечения (разработка своих решений, размещаемых на сервере и доступных через сеть Интернет) или подписочным моделям (которые предполагают выбор готовых решений и предоставление платы за конкретный функционал, выраженный в пакетах).

Как правило, под облачными технологиями рассматриваются именно готовые к применению «здесь и сейчас» цифровые решения, внедрение которых отличается системой неоспоримых преимуществ, обусловленных преодолением традиционных ограничений аппаратного развертывания цифровой инфраструктуры. Облачные технологии развертываются в бизнесе согласно нескольким базовым сценариям (Рисунок 1).

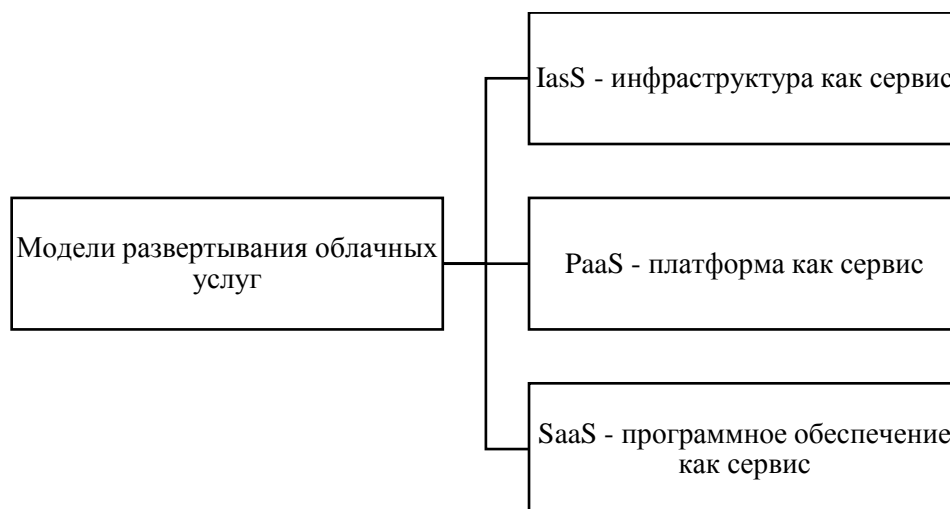


Рисунок 1. Модели предоставления облачных услуг в бизнесе (составлено автором)

Заметим, что в совокупности каждая из моделей предоставляет собственные концептуальные решения для бизнеса, однако всех их объединяют собственные преимущества, особенности и целесообразность, которые определяются на уровне конкретной компании и её потребностей. Вместе с тем, в пользу все более частого выбора облачных решений свидетельствует современная динамика рынка соответствующих технологий и услуг; так, рынок облачных технологий и сервисов в России демонстрирует рекордные темпы роста, которые в 2023 году превышают 33% — объем рынка составляет 121 млрд. руб., в структуре которого наиболее востребованными становятся услуги сдачи оборудования в аренду (83% объема всех услуг) [1].

Как отмечается на портале tadviser [2], ключевыми пользователями облачных технологий становятся микро, малые и средние организации (Рисунок 2):

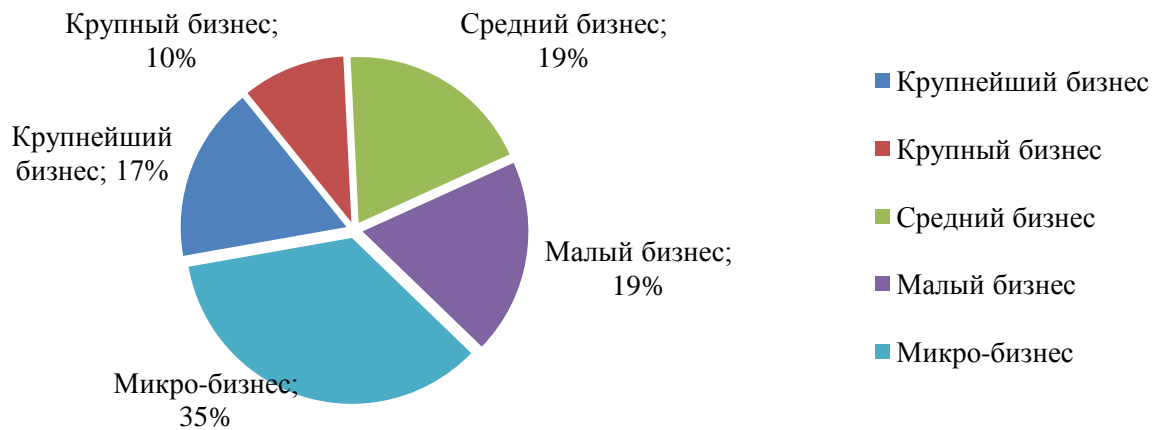


Рисунок 2. Структура пользователей облачных решений для бизнеса (технологий) [2]

Отметим, что в вопросах внедрения облачных решений в бизнес, скорее, более релевантным встает вопрос о целесообразности и наличии объективной потребности во внедрении конкретного решения в конкретной компании. Укрупненно облачные технологии становятся «выбором» компании в тех случаях, когда: возникает потребность быстрых цифровых трансформаций; компания имеет ограниченные ресурсы на цифровизацию; имеет смысл «апробировать» решение и впоследствии масштабировать его; технологии используются как инструмент поддержки внутренних процессов или автоматизации рутинных задач; функциональность технологий формирует конкурентные преимущества ценового (объемы и количество продаж) и неценового (например, качество обслуживания) характера. Как итог, внедрение облачных решений в бизнес приводит к достижению системы возможностей (Рисунок 3).

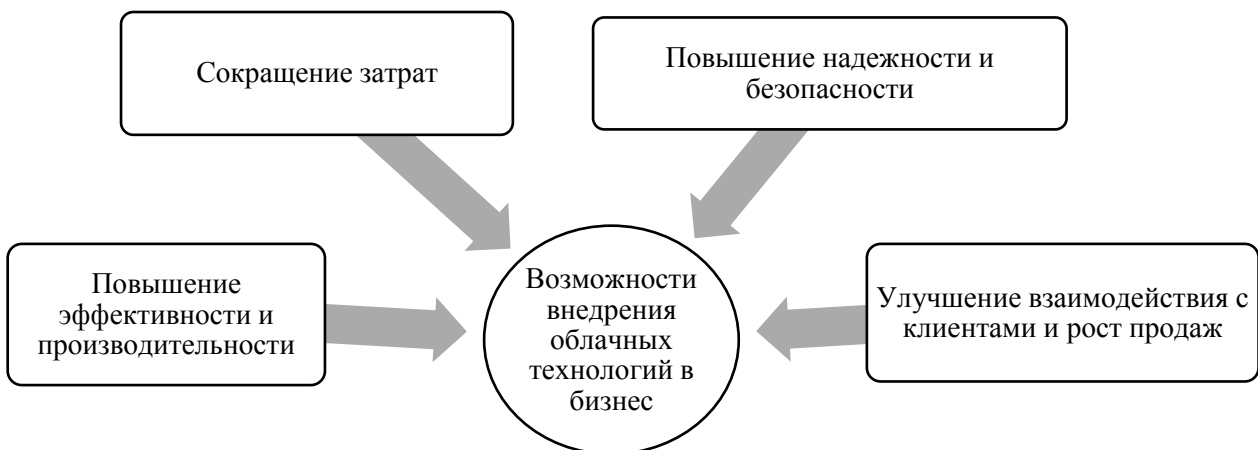


Рисунок 3. Возможности внедрения облачных решений в бизнес и их взаимодействие

Вместе с тем, учитывая преимущества, перспективы и возможности, выразим солидарность воззрениям Ц. Лю, который указывает на факт того, что цифровизация конкретно торговых предприятий требует формирования четкой направленности на

несколько подсистем, среди которых: управление продажами, управление взаимоотношениями, электронная коммерция [4].

Обоснованность каждого из представленных решений в разрезе облачных технологий исходит из необходимости повышения продаж, которые и становятся индикатором успешных цифровых трансформаций торгового предприятия. Каждая из представленных в исследовании автора подсистем цифровизации главным образом влияет на характер и особенности процесса продаж, позволяет более эффективно и рационально управлять последними.

Согласимся и с мнением Е. А. Нигай, Ю. С. Лебединской, Е. С. Кошелевой и Е. А. Бараусовой, которые указывают на необходимость первичного видоизменения модели взаимоотношения с клиентом в сторону объединения доступных каналов коммуникации в единую сеть. Подобное обуславливается тем, что трансформация управления взаимоотношениями с фокусом на омниканальные стратегии взаимодействия (доступные в реалиях применения цифровых технологий и облачных решений) строится на системе перспектив долгосрочного повышения экономической эффективности всей организации [5]. Опираясь на исследование авторов, выделим ключевые перспективы повышения продаж торговых предприятий за счет использования облачных технологий:

-повышение продаж на основе совершенствования аналитики, поддержки принятия управленческих решений (как итог, рационализируются закупки, улучшаются модели ценообразования, применяются способы динамичного ценообразования и т. д.);

-рост прибыли и рентабельности по итогам внедрения цифровых технологий, направленных на улучшение качества систем взаимоотношений с клиентами, систем сбыта и адаптации под потребительские сегменты (решения принимаются с ориентацией на внешние и внутренние условия, что имеет дополнительное стимулирующее значение);

-использование омниканального подхода как способа формирования конкурентных преимуществ и объединения всех доступных каналов привлечения, коммуникации и осуществления продаж в бизнесе.

Кроме того, перспектива повышения продаж за счет использования облачных технологий исходит из дополнительных доступных бизнесу трансформаций, во многом обоснованных технологическими решениями, которые влияют на стратегии и уровень конкурентоспособности бизнеса. В частности, ключевыми дополнительными эффектами цифровизации на основе облачных технологий становятся:

Во-первых, изменение положения компании в конкурентной структуре рынка за счет выхода из сегмента «традиционных» игроков с формированием четкой направленности на последовательное занятие положения лидера на рынке, что основывается на использовании цифровых технологий как способа конкурентного роста и превосходства, как минимум, на локальном уровне, с постепенным преодолением традиционных ограничений в торговле.

Во-вторых, улучшение финансово-экономических показателей деятельности, что исходит из обозначенных трех перспектив повышения продаж торговых предприятий за счет использования облачных технологий и долгосрочным накопительным эффектом систематического применения последних в деятельности.

В-третьих, качественные изменения во внутренней системе бизнеса, с созданием более прозрачной, эффективной, оптимальной и масштабируемой модели управления, в которой ведущим принципом становится принятие решений с учетом информации, а также объективного взвешивания, для чего также применяются собственные сервисы и цифровые решения.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно подчеркнуть, что внедрение облачных технологий в деятельность торговых организаций представляет под собой перспективное направление цифровых трансформаций, способствующих повышению продаж и укреплению конкурентных позиций в структуре рынка, с преодолением барьеров традиционных бизнес-моделей и трансформацией последних под задачи долгосрочно-ориентированного роста.

Облачные решения, благодаря своей масштабируемости, финансовой доступности, возможности применения «здесь и сейчас» (и т. п. преимуществ) позволяют торговым предприятиям реализовывать стратегии роста, основанные на расширении потенциальных возможностей в принятии решений, взаимодействии с клиентами и оптимизации внутренних процессов.

Совокупным эффектом трансформаций на основе облачных решений становится повышение финансово-экономических результатов деятельности и приобретение дополнительных качественных изменений.

Источники:

- (1). Рынок облачных услуг в России вырос за 2023 г. на треть. <https://kurl.ru/zQWsT>
- (2). Облачные сервисы (рынок России). <https://clck.ru/3AKh5B>

Список литературы:

1. Глазова М. В., Коробейникова О. М., Стефанович Л. И., Чекрыгина Т. А. Облачные технологии в управленческом учете // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2022. №2 (59). С. 135-143.
2. Мирошниченко М. А., Абдуллаева А. А., Дементьев М. А. Облачные технологии-направление развития современных информационных систем компании в цифровой экономике // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. №45 (1). С. 164-171.
3. Денисова А. Л., Лопатников А. Н. Ценность и риски морфинга технологий в стратегии и бизнес-модели // Управление. 2023. Т. 11. №2. С. 103-113.
4. Цзыхао Л. Возможности цифровизации для управления B2B-продажами // Инновации и инвестиции. 2023. №12. С. 515-518.
5. Нигай Е. А., Лебединская Ю. С., Кошечкина Е. С., Бараусова Е. А. Модификация модели взаимодействия с клиентом на основе омниканального подхода и ее влияние на финансовые результаты деятельности организации // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2022. №4. С. 70-79. <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2022-4-70-79>

References:

1. Glazova, M. V., Korobeinikova, O. M., Stefanovich, L. I., & Chekrygina, T. A. (2022). Oblachnye tekhnologii v upravlencheskom uchete. *Nauchnyi vestnik: finansy, banki, investitsii*, (2 (59)), 135-143. (in Russian)
2. Miroshnichenko, M. A., Abdullaeva, A. A., & Dement'ev, M. A. (2023). Oblachnye tekhnologii-napravlenie razvitiya sovremennykh informatsionnykh sistem kompanii v tsifrovoi ekonomike. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya*, (45 (1)), 164-171. (in Russian)
3. Denisova, A. L., & Lopatnikov, A. N. (2023). Tsennost' i riski morfinga tekhnologii v strategii i biznes-modeli. *Upravlenie*, 11(2), 103-113. (in Russian).
4. Tszykhao, L. (2023). Vozmozhnosti tsifrovizatsii dlya upravleniya B2B-prodazhami. *Innovatsii i investitsii*, (12), 515-518. (in Russian).

5. Nigai, E. A., Lebedinskaya, Yu. S., Koshevaya, E. S., & Barausova, E. A. (2022). Modifikatsiya modeli vzaimodeistviya s klientom na osnove omnikanal'nogo podkhoda i ee vliyanie na finansovye rezul'taty deyatel'nosti organizatsii. *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, (4), 70-79. (in Russian). <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2022-4-70-79>

*Работа поступила
в редакцию 05.05.2024 г.*

*Принята к публикации
11.05.2024 г.*

Ссылка для цитирования:

Кукитз П. В. Облачные технологии как инструмент повышения продаж современной торговой организации // Бюллетень науки и практики. 2024. Т. 10. №7. С. 401-408. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/104/44>

Cite as (APA):

Kukitz, P. (2024). Cloud Technologies as a Tool for Increasing Sales in Modern Trade Organizations. *Bulletin of Science and Practice*, 10(7), 401-408. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/104/44>