

МЕНЕДЖМЕНТ ВИРТУАЛЬНЫХ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2020 Ефимова Татьяна Борисовна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: TB_Efimova@mail.ru

Ключевые слова: менеджмент, единое информационное пространство, транспортные услуги, перевозки, виртуальное предприятие, железнодорожный транспорт.

В статье рассмотрены особенности менеджмента виртуальных транспортных предприятий, сопутствующие вопросы, связанные с новой формой предоставления услуг потребителям транспортного рынка. Охарактеризованы новые приложения, предоставляющие услуги дистанционно, рассмотрены особенности их взаимодействия.

В настоящее время большую популярность набирает новая форма экономических отношений, появившаяся в связи с возникновением виртуальных транспортных предприятий. Если раньше приходилось практически все вопросы, связанные с перевозками, решать в индивидуальном порядке, взаимодействуя при этом с различными транспортными подразделениями и ведомствами, то современное развитие цифровых технологий позволяет существенно упростить данную процедуру. Растет конкуренция в виртуальном пространстве, каждая транспортная организация стремится предложить своим клиентам максимально удобный и функциональный сервис. Кроме того, предприятия вынуждены постоянно преодолевать разнообразные кризисные ситуации, в частности, возникшие в настоящее время карантинные меры, к которым большинство участников транспортного рынка оказалось не готово.

Безусловно, использование современных цифровых площадок позволит не просто выйти на новый уровень развития бизнеса в условиях пандемии, но и лучше понять аспекты менеджмента такого обновленного предприятия, его возможности и перспективы.

Рассмотрим, чем характеризуется менеджмент виртуальных предприятий.

Во-первых, следует оценить особенности виртуальной работы: она нацелена на конкретный результат, характеризуется высоким уровнем ответственности, требует серьезных навыков работы с клиентом. Таким образом, к особенностям планирования в виртуальных организациях можно отнести интерактивный характер, преобладание долгосрочного планирования, принцип участия и максимальная мобилизация творческих способностей персонала. К особенностям организации виртуальных предприятий можно отнести адаптивность и гибкость, сетевой, клиентский и процессный подходы, ориентация на человека, оптимизация, самоорганизация и самоуправление, субсидиарная ответственность участников. Особенности координации - ориентация на централизованную систему или автономное самоуправление партнеров¹.

Во-вторых, следует четко определиться с самим менеджментом виртуального предприятия: здесь на первое место выходит процессное управление, которое, к сожалению, на большинстве транспортных предприятий так и не было реализовано полностью, что в

настоящее время служит причиной проблем, возникших в связи с необходимостью перехода на новые цифровые технологии. Многие предприятия сейчас обеспокоены необходимостью отладки собственных процессов, определения зон ответственности за них, оптимизацией численности персонала. В идеальном случае модель, основанная на современных цифровых технологиях, которые уже начали внедрять лидеры транспортного рынка, должна идеально коррелировать с процессной моделью самого предприятия.

Рассмотрим новые решения, которые предлагает участникам транспортного рынка ОАО "РЖД" - лидер не только по объему железнодорожных перевозок, но и по степени внедрения и использования цифровых технологий.

В 2018 году для удобства клиента при взаимодействии с ОАО "РЖД" введен в работу Личный кабинет клиента ОАО "РЖД". Это современный онлайн-сервис для взаимодействия клиента с ОАО "РЖД", предоставляющий клиенту возможность дистанционно получать комплекс услуг, связанных с получением информации о стоимости услуг, информации о текущем состоянии вагонов и контейнеров. Внедрена и мобильная версия - "РЖД-Груз". Данное приложение позволяет загружать электронные копии документов, поэтому клиенту не нужно приезжать в офис для оформления перевозки, что очень удобно в современных условиях пандемии. Приложение позволяет видеть информацию по всем операциям, связанным с перевозкой, по техническому состоянию, также видно перемещение груза на карте. Пользователями приложения являются различные участники транспортного рынка - от мелких фирм до компаний - гигантов.

Электронная торговая площадка - ЭТП ГП - была внедрена в 2017 году. Она позволяет оптимизировать схемы сотрудничества, ускорит процесс принятия грамотных управленческих решений. Особенности сервиса - оптимизация схем взаиморасчетов - можно не ждать раскредитования последнего вагона в заказе. Кроме того, данную цифровую платформу используют для организации экспортных перевозок (5 морских портов, в адрес которых можно оформить перевозку). Услуги на ЭТП ГП предоставляет не только АО "ФГК", но и большое количество владельцев вагонов (ООО "Грузовая компания", АО "ПГК" и другие).

Интересное решение - интеграция двух цифровых платформ - "РЖД Маркет" и ЭТП ГП, что в дальнейшем оптимизирует и скоординирует их работу, расширит сферу предоставляемых услуг.

Чтобы лучше понимать потребности клиентов, для лучшего менеджмента в ОАО "РЖД" создаются центры продажи услуг (ЦПУ), основная задача которых - продажа комплекса услуг по принципу "одного окна". На Куйбышевской железной дороге создано 4 ЦПУ - Пензенское, Самарское, Башкирское и Волго-Камское на базе специалистов территориальных центров фирменного транспортного управления, структурных подразделений филиалов и дочерних зависимых обществ.

В рамках повышения уровня клиентоориентированности и развития сервиса грузовых перевозок Холдингом создан единый Call-центр, с помощью которого можно задать вопросы, отправить предложения и рекомендации. Для качественного анализа используются элементы искусственного интеллекта.

В настоящее время в Центральной дирекции по управлению терминально-складского комплекса ведут работу по реализации проекта "ЦМ-Экспедитор", который оказывает клиенту по доверенности услуги организации перевозки по принципу "от двери до двери" без участия клиента в процессе. Правовой аспект данной деятельности уже

проработан. Таким образом, удобство клиента при взаимодействии с ОАО "РЖД" становится одним из приоритетов работы. Существующие онлайн-сервисы ранее не позволяли предоставить клиенту возможность такой свободы, поэтому актуальным является создание единого модуля, направленного на оказание таких услуг².

Следует понимать, что внедрение данных сервисов не происходит на пустом месте: в "арсенале" ОАО "РЖД" большие наработки и крупные мощные информационные системы, осуществляющие поддержку бизнес-процессов компании. В течение продолжительного периода компания занималась реализацией процессного подхода - была оптимизирована работа практически всех подразделений, дирекций, хозяйств. В результате данных преобразований были оптимизированы и информационные системы, некоторые из них расширили свою функциональность, некоторые были ликвидированы. В настоящее время проводится внедрение рассматриваемых цифровых платформ таким образом, чтобы они улучшали существующее положение, выводя ОАО "РЖД" на новый уровень таким образом, чтобы большинство услуг были доступны дистанционно, тарифы и стоимость услуг - понятной для клиента, так как это очень важно в современных условиях пандемии.

В заключении следует отметить, что становление организации как виртуальной требует больших инвестиций. В этом отношении ОАО "РЖД" проделало большую работу - были затрачены серьезные время и ресурсы, в результате можно отметить корректные изменения компании, это гарантирует, что инвестиции в технологии соответствуют потребностям. Безусловно, при переходе к виртуальной форме существует риск, что даже если персонал компании адаптируется к новым условиям, то клиенты не будут готовы присоединиться к виртуальному окружению, но в случае ОАО "РЖД" видно, что внедрение и развитие цифровых платформ дает хорошие результаты, а именно: уменьшаются транзакционные и операционные издержки, бизнес становится более гибким, реализуется лучшее управление знаниями и появляются большие возможности для создания ценности³.

¹ Управление виртуальными организациями // Организатор производства. 2013. №3 (58). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-virtualnymi-organizatsiyami> (дата обращения: 19.06.2020).

² Вельмина А.А., Ефимова Т.Б. Клиентоориентированность при создании новых цифровых платформ ОАО "РЖД" // Проблемы развития предприятий. Материалы 17-й Международной научно-практической конференции 20-21 декабря 2018 года. Часть 3 : теория и практика. - Самара : СГЭУ, 2018. - С. 12-16.

³ http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/virtualnye_organizacii_kak_forma.html (дата обращения: 19.06.2020).

MANAGEMENT OF VIRTUAL TRANSPORT ENTERPRISES

© 2020 Efimova Tatyana Borisovna
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: TB_Efimova@mail.ru

Keywords: management, unified information space, transport services, transportation, virtual enterprise, railway transport.

The article discusses the features of management of virtual transport enterprises, related issues related to the new form of providing services to consumers of the transport market. New applications that provide services remotely are described, and the features of their interaction are considered.

УДК 339.13

Код РИНЦ 06.00.00

ИННОВАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

© 2020 Иванова Наталья Васильевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: nataliaivanova86@yandex.ru

Ключевые слова: каналы коммуникаций, искусственный интеллект, электронная коммерция, чат-боты, автоматизация, цифровая экономика.

В статье рассматриваются инновационные технологии автоматизации продаж на основе применения искусственного интеллекта, частным случаем которого является применение чат-ботов в электронной коммерции. Рассмотрены перспективы и возможные направления развития данных технологий как инновационного канала коммуникаций.

Современные условия развития экономики связаны с активным развитием инновационных технологий управления, трансформационные процессы затрагивают все сферы бизнеса, однако пионерами их внедрения являются такие отрасли как торговля, в т.ч. электронная, маркетинг и логистика. Целью применения инновационных технологий управления бизнес-процессами в отмеченных сферах является повышение эффективности, которая выражается в экономии временных, материальных и финансовых затрат при повышении качества обслуживания и коммуникаций с клиентами на основе автоматизации.

Автоматизация маркетинга является достаточно устойчивым трендом в деятельности компаний, уже в 2018 г. порядка 51% компаний использовали различные технологии автоматизации по данным Ultimate Marketing Automation¹ и прогнозируется дальнейшее увеличение их числа. Автоматизация затрагивает множество аспектов маркетинговой деятельности предприятий, в частности, email-рассылки и прямые продажи. При этом, экономия времени сотрудников может достигать 80%².

Одной из перспективных технологий, позволяющей достичь эту цель, является Искусственный интеллект (ИИ) и основанные на его применении чат-боты. Технология ИИ представляет собой алгоритм или программу, способную заменить человека в определенных процессах. Наиболее часто данная технология применяется в электронной коммерции, при этом, возможны два основных варианта:

1. Анализ поведения покупателей на сайте интернет-магазина и персонализированное предложение;
2. Чат-бот, способный вести "общение" с клиентом на предмет выбора товара или решения вопросов доставки. Виртуальный помощник может быть встроен в сайт интернет-магазина