

ЦИФРОВИЗАЦИЯ АВТОБИЗНЕСА: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ТРЕНДЫ, РЕШЕНИЯ

Булойчик А.А.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Тонкович И.Н. – канд.хим.наук

Рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются предприятия автобизнеса. Показаны пути их решения, а также обозначены тенденции цифровизации автобизнеса.

Существует много доводов, обуславливающих необходимость автоматизации бизнеса, начиная от возможности контролировать деятельность компании и каждого ее сотрудника, заканчивая возможностью прогнозировать темпы развития предприятия, ставить цели и работать на перспективу. Все эти аргументы справедливы и для авторемонтного бизнеса.

Есть куда более понятный довод – конкурентная среда, которая требует соответствовать условиям и заставляет использовать максимум инструментов для повышения эффективности. Решение этой задачи – цифровизация бизнес-процессов. Именно цифровизация выступает в роли главного компонента, позволяющего сделать производство более гибким и приспособленным к реалиям современного дня [1].

Общенациональное движение в сторону цифровизации трансформирует и сферу автобизнеса. Сегодня цифровая трансформация автобизнеса все чаще ассоциируется не только с серьезной перестройкой структуры компании и взаимодействия ее с клиентами, но еще и с отказом от многолетних отшлифованных бизнес-практик и движение в сторону инновационных принципов работы.

На сегодняшний день рынок предложений ИТ-решений для автобизнеса отличается функциональным многообразием. Программные средства предоставляют широкий спектр возможностей: визуализация загрузки всех типов ресурсов (посты приемки, посты ремонта, склад); контроль сроков исполнения заказов; возможность резервирования ресурсов и запись клиента на ремонт прямо из таблицы планирования; формирование сводной статистической информации по объему загрузки сервиса; аналитика в различных разрезах. Тем не менее остается проблема найти программное решение, позволяющее покрыть сразу все потребности. Более того, все программные продукты по умолчанию требуют адаптации под конкретные требования, процент предприятий, прибегающий к кастомизации, остается малым. Добавление специфических возможностей, интеграция с другими системами являются дорогостоящими, в виду чего все чаще руководители предприятий автобизнеса прибегают к использованию сразу нескольких программных средств.

Основными трудностями такой «автоматизации» являются: дублирование одной и той же информации в разных системах, при этом тратится весомая часть времени на ее перенос и поддержание в актуальном состоянии; потеря сквозной аналитики по клиенту, автомобилю и предоставленным услугам; отсутствие возможности единой интеграции с полезными ресурсами и системами; учашение случаев ошибок в виду разных подходов у каждой из систем.

Один из важнейших трендов отечественного автобизнеса – переход от отдельных программных решений к платформенным. Важным аспектом платформенных решений является предоставление оперативной информации, интегрированной в единую информационную базу, которая, в свою очередь, необходима для построения динамических моделей, определения параметров портфеля продуктов/услуг и моделирования различных сценариев поведения компании. Такой подход позволит оперативно получать управленческую информацию и принимать решения, интегрировать все бизнес-процессы участников цепочки, рационально управлять складскими запасами, что в конечном итоге приведет к созданию новых сервисов и оптимизации автобизнеса.

В ближайшее время, согласно прогнозам статистических компаний, будут развиваться и эффективно работать нестандартные решения автоматизации для всех сегментов автобизнеса. Также перспективными направлениями являются использование таких цифровых технологий как искусственный интеллект, IoT, роботизация складской логистики.

Согласно последним исследованиям в тренде digital-решения (маркетинг, глубокая аналитика, высокие KPI). Digital-трансформация позволит сформировать огромный пул данных о клиентах упростить трудозатраты, сократить бюджеты, увеличить прибыль предприятий автобизнеса.

Следует отметить еще несколько важных долгосрочных трендов в автобизнесе: ориентация на клиента; использование комплексных решений; переход к быстрым онлайн коммуникациям, мобайлу, облакам.

Список использованных источников:

1. Попов, В.Л. Автобизнес новой реальности :/ В.Л. Попов. – М. : Изд-во Альпина Паблишер, 2018. – 384 с.