**УДК** **338.45**

### ББК 65.30

**Ли Лю**

### ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

***Аннотация.*** *Формирование концепции цифровой экономики открыло новые возможности для развития автомобильной промышленности. В этой статье выявляются основные тенденции развития цифровой экономики; анализируются происходящие цифровые изменения в деятельности автомобильных компаний, а также выявляются связанные с этим вызовы и возможности.*

***Ключевые слова:*** *цифровая экономика, автомобильные компании, экономическое развитие, новые возможности, проблемы цифровизации.*

Цифровая экономика представляет собой систему экономических отношений, которые реализуются на основе использования современных информационных технологий.[[1]](#footnote-1) Автомобильная промышленность является одним из базовых секторов национальной экономики, основой и опорой ее реального сектора, важной частью реконструкции новой системы развития производства а также главным полем битвы цифровой экономики.[[2]](#footnote-2) В этих условиях возникает важный вопрос: может ли национальная автомобильная промышленность интегрироваться с инновациями в области информационных технологий нового поколения, реализовать преобразование и модернизацию цифровых технологий, сетей и интеллекта.

Проникновение и применение цифровой экономики в автомобильную промышленность породили ряд автомобильных технологий, продуктов, форматов и моделей: полностью автономные технологии вождения, интеллектуальные подключенные транспортные средства, совместные поездки и многое другое.[[3]](#footnote-3) Однако интеграция цифровой экономики в автомобильную промышленность не только создает новые возможности модернизационного развития, но и формирует ряд вызовов. Рассмотрим основные из них.

Возможности выражаются в следующем.

1. Возможности повышения конкурентоспособности производства на основе замещения традиционных технологий на новые.

В настоящее время, в условиях снижения экономической конкурентоспособности традиционных отраслей промышленности, рынок традиционного автомобильного производства сокращается день ото дня. [[4]](#footnote-4)Традиционные предприятия находятся под угрозой ликвидации или замены. Особенности трансграничной и интеграционной цифровой экономики усугубляют изменения в конкурентном ландшафте и усложняют его. В отличие от традиционных экономических предприятий, которые часто исследуют и расширяются в смежных областях, цифровая экономика предоставляет больше возможностей. Поэтому применение таких технических средств, как анализ больших объемов данных и облачные вычисления, может обеспечить производство конкурентоспособных товаров и услуг.

1. Расширение пространственных границ взаимодействия.

Как известно, автомобильная промышленность традиционно занимается офлайн-продажами и имеет развитую сеть офлайн-дистрибьютеров. Но в современную мобильную и цифровую эпоху офлайн-продаж является недостаточным для поддержания своей конкурентоспособности. Будучи открытой платформой, Интернет делает трансграничную торговлю более удобной, а автомобильные компании получают более привлекательные перспективы развития.

Во-первых, благодаря интернет-технологиям потребители могут пользоваться продуктами и услугами мирового автомобильного рынка, выполняя поиск и щелкая мышью. Это изменение потребительских привычек предоставляет автомобильным компаниям больше возможностей для развития, поскольку рынок больше не ограничивается определенным регионом, а является глобальным. Во-вторых, в цифровой экономике благодаря применению больших данных, искусственного интеллекта и других технологий предприятия могут лучше понимать характеристики и потребности клиентов, более эффективно удовлетворять потребительские предпочтения, предлагая клиентам инновационные продукты.

1. Оптимизация и повышение эффективности работы автомобильных компаний.

Появление цифровой экономики открыло большие возможности для функционирования и развития автомобильных компаний, делая его более интеллектуальными, научными и современным. Предприятия могут оптимизировать производственный процесс, решить проблемы высокой сложности и высокой частоты дефектов производственной операционной системы, а также повысить достоверность и точность данных. Кроме того, повышение эффективности возможно на основе изменений в организационной структуре, в каналах доставки и обратной связи. В условиях цифровой экономики клиенты могут во многих аспектах трансформироваться онлайн: подача заявок, проверка и подписание документации, управление получением дополнительных услуг. Руководство компании получает возможность работать по нескольким каналам, таким как доступ к каналу, доступ к клиентам, утверждение рисков, эксплуатация и управление на всех этапах автофинансирования. Повышение общей эффективности работы может позволить предприятиям значительно снизить эксплуатационные расходы.

Основные вызовы, с которыми сталкивается автомобильное производство в условиях цифровых трансформаций заключаются в следующем.

1. На фоне ускорения процессов замещения традиционных технологий организационные изменения даются с трудом.

Во-первых, это касается производственного процесса традиционной автомобильной промышленности, в которой существуют такие проблемы, как непрозрачность производственного процесса, задержка в выпуске информации и несвоевременная связь между отделом сбора данных и мастерскими; технология производства по-прежнему характеризуется сложностью операционной системы и высокой частотой дефектов, а сбор данных затруднен, что снижает точность и научность производства автомобилей и не способствует цифровому интеллектуальному производству. Во-вторых, в условиях текущей рыночной конъюнктуры иррациональность планов производства автомобилей напрямую ведет к высокой стоимости и низкой эффективности производства автомобилей. В-третьих, на процесс оцифровки автомобильной промышленности влияет не только нехватка данных, но и отсутствие среды их применения. Способность превратить концепцию применения данных в коммерческую ценность не только требует новых технологий, но и необходимость преодоления сопротивления между корпоративными организациями и их службами.

1. Усложнение информационной среды требует оперативную корректировку стратегии компании.

В эпоху цифровой экономики автомобильные компании имеют большое количество каналов для получения экономической информации.[[5]](#footnote-5) При этом стоимость получения информации становится ниже, что может помочь компаниям лучше управлять рисками и использовать рыночные возможности. Однако расширение сферы сбора информации в свою очередь усложняет информационную среду. Возникают задачи устранения огромного количества бесполезной и ложной информации. Это определяет высокие требования к способности автомобильных компаний к получению, идентификации и использованию информации. В то же время, чтобы опережать технологические тенденции и обеспечивать собственную информационную безопасность, предприятия должны вкладывать значительные средства в цифровую трансформацию. Инвестиции в данную сферу имеют сильную специфику, отличаясь при этом низкой эффективностью и высокими затратами на конвертацию. Риск и цена проб и ошибок для автомобильных компаний намного выше возможностей. Смогут ли автомобильные компании успешно трансформироваться и модернизироваться - является ключом к адаптации к новой экономической ситуации. Технология интеллектуального анализа данных может помочь автомобильным компаниям решить эту проблему, но она требует больших человеческих и материальных вложений. Поэтому большинство компаний используют Интернет для обмена платформами больших данных, облачными платформами и т.д. Хотя платформа совместного использования снижает стоимость интеллектуального анализа данных, она также снижает точность данных, что вносит неопределенность в формулировку различных функциональных стратегий предприятия, таких как производство, управление и маркетинг.

Роль Интернета в распространении информации двусторонняя: с одной стороны, он устраняет асимметрию информации и способствует повышению эффективности производства и эксплуатации автомобильных компаний; с другой стороны, он также ускоряет распространение негативной информации. Поэтому предприятиям необходимо постоянно уделять внимание созданию и поддержанию собственного имиджа, а также строго контролировать качество своей продукции и повышать уровень послепродажного обслуживания, чтобы избежать негативных новостей. Также необходимо поддерживать информационную безопасность, надлежащим образом хранить и поддерживать персональные данные и информацию о предприятиях и клиентах без утечки или злоупотреблений.

Таким образом, в контексте эпохи цифровой экономики возможности и проблемы для развития автомобильных компаний сосуществуют. Развитие цифровой экономики не только открыло новые возможности для автомобильной отрасли, но и сформировало новые вызовы.

Автомобильная промышленность должна активно реагировать на формирование цифровой экономики. Автомобильные компании должны точно понимать особенности цифровой экономики, чтобы не только создавать цифровые услуги с учетом потребностей предприятий и потребителей, но и оптимизировать производственный процесс на основе оцифровки для обеспечения эффективности производства и повышения качества продукции. Также необходимо активно изучать модели цифрового маркетинга и обслуживания со стороны потребителей, расширять возможности дифференцированного обслуживания и предоставлять потребителям более эффективные и высококачественные услуги, а затем в полной мере использовать преимущества цифровой экономики. Все это позволит активно использовать возможности цифрового развития, повышать основную конкурентоспособность автомобильных компаний и обеспечивать их долгосрочное устойчивое развитие.

### Библиографический список

1. Гусарова О.М., Балуева А.А., Долгалло А.Э. Цифровизация экономики: вызовы и пути решения // Научное обозрение. Экономические науки. – 2020. – № 2 – С. 10-14.
2. Го Хунцзе. Цифровая экономика: Проблемы и возможности сосуществуют // Современные финансы. 2020.
3. [Веревка Т.В.](https://1economic.ru/lib/100478?#authors) Трансформация рынка автомобилестроения на основе цифровых инноваций // Вопросы инновационной экономики. [Том 10, Номер 1. 2020.](https://1economic.ru/journals/vinec/archive/83003)
4. Пасько А.В. Конкурентоспособность российской автомобильной промышленности на фоне ключевых тенденций развития мирового автомобилестроения // [Международный научный вестник](https://cyberleninka.ru/journal/n/novyy-vzglyad-mezhdunarodnyy-nauchnyy-vestnik). 2014.
5. Савельева Н.К., Макарова М.В. Цифровизация современных компаний: возможности реализации и риски // [Креативная экономика - Том 15, № 10, 2021.](https://creativeconomy.ru/journals/ce/archive/113565)
6. Чжан Хуа. Возможности и проблемы развития предпринимательства в цифровой экономике // Управление бизнесом. 2018.

### Информация об авторе

Ли Лю (Россия, Ростов-на-Дону), аспирант кафедры информационной экономики, Южный федеральный университет (344006, г. Ростов-на-Дону ул. Горького, 88, e-mail: 1604095011@qq.com)

**Li Liu**

**DIGITAL ECONOMY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF AUTOMOTIVE COMPANIES**

***Abstract.*** *The emergence of the digital economy concept has opened up new opportunities for the development of the automotive industry. This article identifies the main trends in the development of the digital economy; analyzes the ongoing digital changes in the activities of automotive companies, as well as identifies related challenges and opportunities.*

**Keywords:** *digital economy, automobile companies, economic development, new opportunities, problems of digitalization.*

### Information about the author

Li Liu (Russia, Rostov-on-Don), PHD student of the Department of Information Economics, Southern Federal University (344006, Rostov-on-Don, Gorky str., 88, e-mail: 1604095011@qq.com )

### References

1. Gusarova O.M., Balueva A.A., Dolgallo A.E. Digitalization of the economy: challenges and solutions // Scientific review. Economic sciences. - 2020. – No. 2 – pp. 10-14.
2. Guo Hongjie. Digital economy: Challenges and opportunities coexist // Modern finance. 2020.
3. Verevka T.V. Transformation of the automotive market based on digital innovations // Issues of innovative economy. Volume 10, Number 1. 2020.
4. Pasko A.V. Competitiveness of the Russian automotive industry against the background of key trends in the development of the global automotive industry // International Scientific Bulletin. 2014.
5. Savelyeva N.K., Makarova M.V. Digitalization of modern companies: implementation opportunities and risks // Creative Economy - Volume 15, No. 10, 2021.
6. Zhang Hua. Opportunities and problems of entrepreneurship development in the digital economy // Business Management. 2018.

1. Гусарова О.М., Балуева А.А., Долгалло А.Э. Цифровизация экономики: вызовы и пути решения // Научное обозрение. Экономические науки. – 2020. – № 2 – С. 10-14. [↑](#footnote-ref-1)
2. Го Хунцзе. Цифровая экономика: Проблемы и возможности сосуществуют // Современные финансы. 2020. [↑](#footnote-ref-2)
3. # [Веревка Т.В.](https://1economic.ru/lib/100478?#authors) Трансформация рынка автомобилестроения на основе цифровых инноваций // Вопросы инновационной экономики. [Том 10, Номер 1. 2020.](https://1economic.ru/journals/vinec/archive/83003)

   [↑](#footnote-ref-3)
4. Пасько А.В. Конкурентоспособность российской автомобильной промышленности на фоне ключевых тенденций развития мирового автомобилестроения // [Международный научный вестник](https://cyberleninka.ru/journal/n/novyy-vzglyad-mezhdunarodnyy-nauchnyy-vestnik). 2014. [↑](#footnote-ref-4)
5. Чжан Хуа. Возможности и проблемы развития предпринимательства в цифровой экономике // Управление бизнесом. 2018. [↑](#footnote-ref-5)