

Рудина Адиля Марсовна

магистрант

Хамидуллин Данил Ильдарович

магистрант

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»

г. Казань, Республика Татарстан

ГИБРИДНЫЕ МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

***Аннотация:** в статье рассматриваются особенности развития гибридных моделей взаимодействия с потребителями в условиях цифровой экономики. Актуальность исследования обусловлена активным внедрением цифровых технологий в деятельность сервисных организаций и изменением моделей потребительского поведения. Цель исследования заключается в выявлении особенностей применения гибридных моделей взаимодействия с потребителями и определении их значения для повышения эффективности деятельности сервисных организаций. В работе использованы методы анализа научной литературы и обобщения современных практик сервисного взаимодействия. Установлено, что сочетание цифровых каналов коммуникации и традиционных форм обслуживания способствует повышению качества клиентского опыта, формированию долгосрочных отношений с потребителями и укреплению конкурентных позиций организаций. Сделан вывод о том, что гибридные модели взаимодействия становятся одним из ключевых направлений развития сервисного бизнеса в условиях цифровой трансформации экономики.*

***Ключевые слова:** цифровая экономика, гибридное взаимодействие, клиентский опыт, сервисные бизнес-модели, цифровые платформы, клиентская лояльность, сервисные организации.*

В условиях цифровой трансформации экономики происходит изменение подходов к организации взаимодействия между компаниями и потребителями.

Развитие цифровых технологий способствует формированию гибридных моделей обслуживания, сочетающих возможности цифровых каналов коммуникации и традиционного персонального взаимодействия.

Гибридные модели позволяют организациям использовать различные способы взаимодействия с клиентами, включая мобильные приложения, интернет-платформы и традиционные формы обслуживания. Такой подход обеспечивает удобство получения услуг и способствует повышению качества клиентского опыта.

Важную роль в развитии гибридных моделей играют цифровые платформы. Их использование позволяет расширять возможности взаимодействия между участниками рынка, повышать доступность услуг и обеспечивать персонализацию обслуживания потребителей.

Несмотря на активное внедрение цифровых технологий, значимость человеческого фактора сохраняется. Многие клиенты по-прежнему нуждаются в персональном консультировании и поддержке при решении сложных вопросов. В связи с этим наиболее эффективными являются модели обслуживания, сочетающие цифровые инструменты и непосредственное взаимодействие с потребителем.

Дополнительное развитие гибридные модели получили благодаря распространению экономики совместного потребления и сервисных платформ. Современные организации все чаще ориентируются на долгосрочное взаимодействие с клиентами, формируя новые механизмы предоставления услуг и создания потребительской ценности.

Таким образом, гибридные модели взаимодействия становятся важным элементом развития сервисных организаций в условиях цифровой экономики. Их применение способствует повышению качества обслуживания, укреплению клиентской лояльности и росту конкурентоспособности компаний.

Список литературы

1. Лавлок К. Маркетинг услуг : персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок ; пер. с англ. Т.В. Безвенюк [и др.]. – 4-е изд. – М. [и др.] : Вильямс, 2005. – 997 с. – ISBN 5-8459-0648-2.

2. Кудинова М.М. Экономика совместного потребления в России: потенциал и перспективы развития / М.М. Кудинова, А.А. Рожков // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2021. – № 5. – С. 183–206. DOI 10.38050/01300105202159. EDN QVUXVP

3. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник для бакалавров / И.М. Лифиц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2013. – 437 с. – ISBN 978-5-9916-2545-6.