

УДК 339.1

DOI 10.34755/IROK.2022.23.31.092

*Бубновская Т. В., к.э.н., доцент
Белоумцева А. А., магистрант кафедры
экономики и управления
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»
Россия, Владивосток*

**Особенности внедрения цифровизации в торговую отрасль:
преимущества и недостатки**

**Features of digitalization implementation in the trade industry:
advantages and disadvantages**

Аннотация: Рыночная среда, в которой сегодня осуществляют свою деятельность предприятия, представляет собой стремительно развивающуюся систему. Поддержание стабильности работы предприятия требует от управленческого персонала оперативности и рациональности в принятии решений. Данная проблема может быть решена путем внедрения цифровых технологий. В данной статье рассмотрены особенности внедрения цифровизации в отрасли торговли. Рассмотрено понятие цифровизации. Обозначена роль глобализации в становлении процесса цифровизации. Указаны направления внедрения цифровых технологий в отрасль торговли. Приведены примеры использования цифровых технологий в отрасли. Указаны преимуществ и недостатки цифровизации в сфере торговли. Современные технологии оказывают влияние на развитие, модернизацию старых отраслей, а также способствуют появлению новых. Внедрение цифровых технологий в значительной мере упрощает ведение бизнеса, повышает качество жизни и улучшает условия труда человека.

Ключевые слова: цифровизация, торговая отрасль, электронная торговая площадка, таргетированная реклама, устойчивость.

Abstract: The market environment in which enterprises operate today is a rapidly developing system. Maintaining the stability of the company's work requires efficiency and rationality in decision-making from the management staff. This problem can be solved by introducing digital technologies. This article discusses the features of the introduction of digitalization in the trade industry. The concept of digitalization is considered. The role of globalization in the formation of the digitalization process is outlined. The directions of the introduction of digital technologies in the trade industry are indicated. Examples of the use of digital technologies in the industry are given. The advantages and disadvantages of digitalization in the field of trade are indicated. Modern technologies have an impact on the development and modernization of old industries, as well as contribute to the

emergence of new ones. The introduction of digital technologies greatly simplifies doing business, improves the quality of life and improves human working conditions.

Keywords: digitalization, trade industry, electronic trading platform, targeted advertising, sustainability.

Современная экономика предполагает принятие быстрых и рациональных управленческих решений. В настоящее время модель поведения многих компаний обусловлена обстановкой в мире: быстроменяющаяся череда событий, происходящая в экономике и обществе, привела к тому, что риски ухудшения экономического положения предприятия постоянно возрастают. Одним из актуальных путей решения данной проблемы является переход к цифровой экономике [1,2].

Основной предпосылкой цифровизации стала глобализация. Появление всемирной сети дало возможность обмену большим количеством информации, которая требует какой-либо обработки [3].

Термин «цифровизация» можно рассматривать с двух сторон. В узком смысле, под цифровизацией понимается «преобразование информации в цифровой формат». В широком и более развёрнутом варианте понятие имеет смысл общемирового тренда развития экономики и общества, путем оцифровки информации, что в свою очередь повышает эффективность экономики и улучшает качество жизни человека [4].

Цифровизация на сегодня охватывает все виды экономики [5]. Данный факт продиктован стремлением автоматизировать все процессы деятельности предприятия [6].

Внедрение цифровых технологий меняет внешние и внутренние условия деятельности организаций, способствует появлению новых видов и форм отраслей экономики, сокращению издержек и повышению производительности труда [4, 7].

В последние годы влияние цифровизации на бизнес-процессы торговой отрасли особенно велико и включает в себя внедрение программирования, привлечение робототехники, использование искусственного интеллекта, что дает возможность предприятиям увеличить масштаб сбыта товаров, а также существенно снизить расходы.

В торговой отрасли можно выделить четыре направления внедрения цифровых технологий:

- работа с покупателями/заказчиками, которая берет начало с момента заинтересованностью товара вплоть до совершения покупки;
- стоимостное предложение, включающие в себя логистику и контроль поставок, а также формирование цены;
- организация работы торгового зала/площадки, что требует оперативности работы персонала;
- обеспечение безопасности информационных и физических объектов [4,8].

Одним из наиболее ярких примеров цифровизации торговли в период пандемии и после стал переход из офлайн торговли на онлайн [9]. Популярность электронных торговых площадок (ЭТП), маркетплейсов, среди покупателей не спадает даже после снятия ограничений и восстановления стандартной работы офлайн магазинов. В результате посещаемость торговых центров на сегодня ниже на 20%, чем до пандемии [10].

Существенными преимуществами использования ЭТП являются:

- сокращение времени на поиск продавца/покупателя;
- экономия денежных средств, путем выбора наиболее оптимального товара по соотношению цена-качество;
- расширению географии сделок, что увеличивает объемы продаж;
- получение большей информации о покупателях/продавцах,
- возможность приобретать товар, избегая негативные или иные реакции других покупателей [3].

Однако работа ЭТП требует постоянной технической поддержки и улучшений. Нередки случаи, когда ЭТП не выдерживают объём посетителей платформы и просто выходят из строя, что останавливает на время совершение операций по купле-продаже товаров [3].

Использование новых программных обеспечений с функциями распознавания демографических особенностей дает возможность составить портрет покупателя и таргетировать рекламу. Видеокамеры с встроенным софтом для распознавания лиц покупателя подают сигнал для включения наиболее релевантной рекламы. Соответственно спрос на товары возрастает вместе с продажами. Таким образом, современные цифровые технологии помогают спрогнозировать спрос покупателей, улучшить маркетинговую стратегию компании [4].

В рамках цифровой трансформации стратегического планирования деятельности торгового предприятия используются следующие мероприятия:

- анализ финансово-хозяйственной деятельности;
- оценка степени влияния внешних факторов на работу организации;
- сравнение проводимой стратегии и тактики торговой компании с альтернативными [5].

Все это требует обработку большого количества первичной информации [11]. Применение специализированных компьютерных программ упрощают задачу. Данные программы проводят полный анализ хозяйственной деятельности предприятия, включая оценку банкротства организации. Компьютерные модели банкротства организации разработаны на основе известных зарубежных методик анализа банкротства таких как модели Э. Альтмана, Р. Лиса, Р. Таффлера и др. [12]. Неоспоримым преимуществом данных программ является то что они встроены в пакеты прикладных программ, просты использования и точны в вычислениях. Одна из популярных моделей экспресс-оценки деятельности организации была разработана в

рамках расширения программы 1С:Предприятие и представлена на рынке в 2009 году [13].

Сегодня в магазинах для потребителей уже не в новинку использовать кассы самообслуживания, бесконтактные платежи, посещать мобильные приложения торговых сетей, однако еще десять лет назад все это только начинало развиваться. Большинство российских потребителей положительно относятся к введенным техническим новшествам [4].

Однако, не стоит забыть и о проблемах, с которыми приходится сталкиваться торговым компаниям при внедрении цифровых технологий. Среди них отметим:

- трудность организации внедрения цифрового продукта;
- недостаток квалифицированных сотрудников для реализации проектов;
- потенциальные пользователи не всегда компетентны в использовании продукта, особенно это происходит с совершенно новыми продуктами, не применяемыми нигде ранее;
- угрозы интернет-безопасности предприятия/покупателей при совершении сделок в Интернете [4, 14].

Таким образом, внедрение цифровых технологий в отрасли торговли, с одной стороны, имеет ряд недостатков как для продавца, так и для покупателя, но с другой стороны, данные технологические новшества упрощает взаимоотношения продавца и покупателя, расширяют рынки сбыта продукции, тем самым увеличивая прибыльность компании, дают возможность оптимизировать бизнес-процессы, увеличить гибкость и адаптивность к новым, быстро меняющимся условиям ведения бизнеса, тем самым повысить устойчивость организации.

Библиотечный список:

1 Ганьшина Е.Ю., Смирнова И.Л., Иванова С.П. Факторы цифровизации в обеспечении устойчивого развития организаций // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2020. – Т. 17. – № 2(110). – С. 5-12.

2 Бутрова Е.В. Особенности антикризисного управления предприятием в условиях цифровизации // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Том 11. – № 3. – С. 579-590.

3 Цветкова И. И., Хомяк Е.О. Цифровизация экономики: преимущества и риски электронных торговых площадок // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы: сборник трудов IV Всероссийской научно-практической конференции, Симферополь, 11–12 апреля 2019 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2019. – С. 407-411.

4 Пирогова О. Е. Цифровизация как фактор развития торговых предприятий // Экономический рост как основа устойчивого развития России:

Сборник статей V-ой Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 30-летию образования налоговых органов РФ, Курск, 12–13 ноября 2020 года. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2020. – С. 386-390.

5 Сапожникова С. М. Цифровизация планирования деятельности торговых предприятий малого бизнеса региона // Информационные технологии в моделировании и управлении: подходы, методы, решения: Материалы II Всероссийской научной конференции с международным участием. В 2 частях, Тольятти, 22–24 апреля 2019 года. – Тольятти: Издатель Качалин Александр Васильевич, 2019. – С. 491-498.

6 Масюк Н.Н., Кирьянов А.Е., Бушуева М.А., Шакуев Д.А. Искусственный интеллект как ключевой элемент цифровой трансформации экономики. Фундаментальные исследования. 2021. №10. С. 49-54.

7 Ишкильдина А. А. Цифровизация бизнеса как метод антикризисной стратегии во время пандемии // Журнал У. Экономика. Управление. Финансы. – 2020. – № 4(22). – С. 221-228.

8 Дадаев Я.Э., Хажмурадова С.Д. Цифровизация бизнеса: сферы и необходимость для торгового предприятия // Наука XXI века: вызовы, становление, развитие: Сборник статей Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 22 ноября 2021 года. – г. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2021. – С. 23-26.

9 Масюк Н.Н., Бушуева М.А., Бекасова Д.Е. Сетевые взаимодействия компании со стейкхолдерами на базе цифровых платформ. // Информационное развитие России: состояние, тенденции и перспективы: Сборник статей XI всероссийской научно-практической конференции. Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС. Орел, 2021. С. 129-134.

10 Жукова Е. А. Основные тренды цифровизации процедуры банкротства в Российской Федерации // Обмен научными знаниями: актуальные вопросы и перспективные направления развития: сборник научных трудов. – Казань: ООО "СитИвент", 2021. – С. 104-107.

11 Бубновская Т. В. Теоретические аспекты системы контроллинга в торговых организациях // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2021. №. 2. С. 51-60

12 Бубновская Т.В., Ким Е.Ф. Развитие аналитического инструментария оценки и прогнозирования финансового состояния предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление, 2020. - №9 - С. 92-96.

13 Евстратова А. С. Оценка банкротства организации в условиях цифровизации экономики // Молодежь. Наука. Инновации. – 2021. – Т. 1. – С. 390-394.

14 Арутюнова А. Е., Смирнова Е.В., Кашин В.А. Формирование модели антикризисного управления малым предпринимательством в условиях цифровизации // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 43(2). – С. 32-35.