

УДК: 004.9

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ**

**Никулина, М.В, Негребецкая, В.И.**

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», колледж коммерции, технологий и сервиса, Россия, Курск, e-mail: [maria.nikulina01@mail.ru](mailto:maria.nikulina01@mail.ru), [violetta-negrebel@mail.ru](mailto:violetta-negrebel@mail.ru)

**Современный этап мирового экономического и социального развития характеризуется существенным влиянием на него цифровизации. Как новый тренд мирового общественного развития, который пришел на смену информатизации и компьютеризации, он оказывает существенное воздействие на деятельность предприятий торговли, позволяя повысить ее эффективность. В статье раскрыта сущность цифровизации, основные элементы цифровой экономики, основные технологии, применяемые предприятиями торговли, функционирующими в условиях цифровизации.**

Ключевые слова: цифровизация; цифровая экономика; элементы цифровой экономики, направления цифровизации торговли, онлайн-кассы, CRM-система, HRM-система, онлайн торговля B2B, технология видеозрения.

## **THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE ACTIVITIES OF TRADE ENTERPRISES**

**Nikulina, M. V., Negrebetskaya, V. I.**

Kursk state University, College of Commerce, technology and service, Kursk, Russia, e-mail: [maria.nikulina01@mail.ru](mailto:maria.nikulina01@mail.ru), [violetta-negrebel@mail.ru](mailto:violetta-negrebel@mail.ru)

**The current stage of world economic and social development is characterized by a significant impact on it of digitalization. As a new trend in global social development that has replaced Informatization and computerization, it has a significant impact on the activities of trade enterprises, allowing them to increase their efficiency. The article reveals the essence of digitalization, the main elements of the digital economy, and the main technologies used by trade enterprises operating in the conditions of digitalization.**

Keywords: digitalization; digital economy; elements of the digital economy, directions of digitalization of trade, online cash registers, CRM system, HRM system, online B2B trading, video vision technology.

В Стратегии развития информационного общества в России на 2017-2030 гг., утвержденной Указом Президента РФ от 09.05.2017 г. № 203, содержится следующее «Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [6].

Цифровизация – процесс перехода предприятия или целой экономической отрасли на новые модели бизнес-процессов, менеджмента и способов производства, основанных на информационных технологиях. Таким образом, термин «цифровизация» означает процесс перехода к цифровой экономике [1].

Основными элементами цифровой экономики считают электронную коммерцию, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-рекламу и электронный доступ к государственным услугам. Степень доступности и активного использования этих направлений определяют индекс цифровизации государства DEI, Digital Evolution Index. По результатам расчёта DEI в 2017 г., проведенного компанией Mastercard совместно со Школой права и дипломатии имени Флетчера при университете Тафтса, в цифровом рейтинге лидируют Норвегия, Швеция и Швейцария. США, Великобритания, Дания, Финляндия, Сингапур, Южная Корея и Гонконг входят в топ-10. Россия занимает 39-е место, рядом с Китаем, Индией, Малайзией и Филиппинами [2].

Состояние цифровизации российской экономики и общества характеризуется следующим:

- несмотря на имеющиеся сложности и трудности российской экономики, некоторые перспективы и преимущества в сфере цифровизации российской экономики все же имеются (программные продукты по кибербезопасности, роботизация, проникновение интернета в домохозяйства и отрасли, для которых информация является основным ресурсом);

- возможности цифровых преобразований имеют все отрасли;

- цифровизации легче поддаются сферы и отрасли, связанные с ИКТ. Наиболее продвинутыми в области применения цифровых технологий в настоящее время являются сфера услуг, связь, разработка программного обеспечения, телекоммуникации, торговля, финансовый сектор экономики — банковский и страховой сегменты, медиабизнес, транспорт, электронная коммерция, автомобильная промышленность, энергетика, госуправление, сектор ЖКХ, строительство, медицина;

- самая низкая цифровизация имеет место в производственной сфере, для которой характерна высокая инертность производственных предприятий, освоивших и

используемых применяемых ранее технологии не только в самом производстве, но и в управлении им [1].

Сфера торговли была, особенно розничной, была и остается одной из наиболее восприимчивых к различным инновациям. В 2019 г. цифровизация и информатизация ритейла набирали обороты, и сейчас ритейлерам необходимо решать новые задачи, чтобы использовать открывающиеся перед ними новые возможности и перспективы.

После внесения поправок в федеральный закон 54-ФЗ торговые организации начали поэтапно внедрять контрольно-кассовые аппараты с фискальными накопителями, способные передавать информацию о расчетах в ФНС в режиме онлайн. Процесс устроен так, что данные о транзакциях попадают в налоговую не сразу - сначала они аккумулируются у операторов фискальных данных (ОФД). Информацию о проведенных транзакциях может использовать не только контролирующий орган, но и сами предприниматели. В их личном кабинете на сайте ОФД отображаются все операции по кассе в режиме реального времени и статистика за прошедший период работы [5].

В настоящее время в торговле выделяются следующие основополагающие направления цифровизации [5]:

- работа с потребителями, включающая все этапы от возникновения интереса к торговой марке до момента совершения покупки;
- обеспечение операционной эффективности, в том числе результативности персонала, работы с продукцией, ценниками, выкладкой товара и др.;
- логистика и контроль поставок продукции;
- контроль работы ИТ-инфраструктуры и системы безопасности.

Особую роль в условиях цифровизации для предприятий торговли играют CRM – это система управления взаимоотношениями с клиентами. Основное назначение CRM систем – помогать предприятиям торговли строить взаимоотношения с клиентами, управлять процессом продаж, улучшать качество сервиса при работе с клиентами и поддерживать прибыльность бизнеса в долгосрочной перспективе. Также CRM собирает базу данных о потребителях, на основании которых впоследствии руководство торговой организации сможет принимать более правильные бизнес-решения.

Основные функции и возможности CRM следующие [3]:

1. Учет клиентов – CRM-система ведет единую базу данных клиентов и контрагентов, где регистрируются все реквизиты, каналы связи, история взаимодействий и покупок. Kontakтами в базе можно управлять, фильтровать и сегментировать по различным критериям.

2. Управление продажами – ведение данных о потенциальных и реальных сделках, вплоть до поэтапного контроля каждой сделки, частичная автоматизация бизнес-процессов компании и автоматизация воронки продаж.

3. Аналитические функции CRM системы – на массиве собранной информации CRM-система строит различные статистические отчеты, по которым можно оценивать эффективность маркетинговых каналов, мероприятий, работы сотрудников, делать прогнозы продаж и планировать изменения.

4. Автоматизированный конструктор документов и автоматизация документооборота.

В настоящее время наиболее распространены следующие SRM-системы:

- Salesforce Sales Cloud – мини CRM типа все-в-одном, облачное решение, включающее все основные функции CRM-систем: генерацию лидов, базу контактов, прогнозы продаж, есть интеграция с соцсетями и возможность работать с мобильных устройств;

- Zoho CRM, основные достоинства которой ее кроссплатформенность, а также то, что она позволяет собрать всю действительно важную информацию о покупателях: контакты, историю, активности, источники трафика;

- AmoCRM – простая в освоении система, содержит достаточный функционал воронок продаж для малого и среднего бизнеса, при этом пользователи системы отмечают, что в ней недостает удобных механизмов для внутренних коммуникаций, в этом требуются доработки при внедрении;

Terrasoft bpm'online – полномасштабная CRM-система для средних и больших компаний, которые готовы значительно вкладываться в ИТ-инфраструктуру. В большей степени ориентирована на построение бизнес-процессов продаж в компании;

- Битрикс24 – по сути, это многофункциональный корпоративный портал с некоторыми функциями CRM, больше ориентирован на коммуникации между сотрудниками компании, однако позволяет вести базу клиентов и формировать некоторые отчеты, обычно нуждается в значительной кастомизации при внедрении.

Кроме CRM предприятия торговли могут использовать HRM-системы, которые предназначены для управления персоналом, но их функциональность шире, чем у систем автоматизации кадровых операций. Продукты этого класса позволяют работать не только с количественными, но и с качественными показателями персонала. Основная их задача — привлечь и удержать ценных для компании специалистов.

По сравнению с традиционными системами автоматизации кадрового учета и расчета зарплаты HRM-системы обладают расширенной функциональностью. Кроме учетного (кадровый учет, штатное расписание, документооборот, учет рабочего времени и отпусков,

пенсионный и военный учет и др.) и расчетного (зарплата, налоговые выплаты, надбавки и вычеты и т. п.) контуров, обрабатывающих количественные данные, подобные системы также включают в себя как таковой HR-контур, предназначенный для работы с качественными показателями персонала [4]. Наиболее распространены в настоящее время следующие HRM-системы: Компас: Управление персоналом, АиТ:\ Управление персоналом, БОСС-кадровик и др.

CRM и HRM-системы становятся обязательными в современном мире в условиях трансформации экономики и без них сложно оставаться конкурентоспособными.

Еще один способ автоматизации – это онлайн-торговля в B2B. Некоторые пробуют делать интернет-магазины и продавать онлайн. Это разгружает менеджеров и не только менеджеров. Данный способ используется редко и не всегда работает. Здесь все опять зависит от того, как организован бизнес-процесс на предприятии и в большинстве случаев работает, когда решение внедряет компания разработчик, а поддерживает штатный программист на предприятии.

Предприятия торговли могут использовать для повышения эффективности своей деятельности анализ посетителей на основе технологии видеозрения, который позволит сформировать точный портрет целевой аудитории, повысить конверсию и эффективность рекламы. Он дает четкое представление о демографических особенностях аудитории торгового объекта и степени ее вовлеченности в мир бренда. Кроме того, эта технология позволит выявить точки с недостаточным уровнем конверсии посетителей в покупателей, своевременно отслеживать результаты маркетинговых активностей, накапливать статистические данные в режиме онлайн и сохранять историю посещаемости по каждой точке за определенный период времени. Поэтому современные программные решения с функцией распознавания лиц, использующие систему видеонаблюдения, становятся все более востребованными».

Данные, полученные с помощью анализа посетителей, необходимы для того, чтобы формировать персонализированные предложения для покупателей, ориентированные на их потребности, и таргетировать рекламу в торговой точке. Программные решения с функцией распознавания лиц используют видеокамеры для определения демографических особенностей посетителей и запускают на экранах в торговом зале трансляцию наиболее релевантного рекламного ролика, например, для молодого мужчины – рекламы спорттоваров, для девушки – парфюмерии и косметики. Это помогает привлекать больше покупателей в торговые объекты и стимулировать рост продаж определенных товарных групп [5].

Цифровые системы позволяют получать и использовать объективные данные для формирования аналитических отчетов, планирования маркетинговых стратегий. С помощью аналитики можно оценить эффективность новой рекламной кампании или решения и выявить направления, где требуется оптимизация, а также прогнозировать покупательский спрос. Все это поможет сократить расходы, выстроить наиболее эффективную маркетинговую стратегию, повысить качество обслуживания посетителей.

Несмотря на все достоинства, которые получают предприятия торговли от внедрения цифровых технологий, можно выделить следующие существенные вероятные отрицательные последствия цифровизации для российской экономики, субъектов хозяйствования и общества в целом: сокращение общего по стране количества рабочих мест; появление недобросовестных пользователей новых услуг, появление которых (услуг) вызвано цифровизацией; цифровое мошенничество; пиратство и распространение вредоносного контента.

В завершении можно сказать, что в наше время не просто используются инновационные цифровые решения, но и пересматриваются традиционные бизнес-модели, изменяются взаимоотношения с партнерами и потребителями. Цифровизация затрагивает различные сферы, и в ближайшем будущем ее темпы будут повышаться.

#### Список литературы:

1. Вичугова, А. Цифровизация [Электронный ресурс] / URL: <https://www.bigdataschool.ru/wiki> (дата обращения: 25.01.2020).
2. Нор, Д.А. Что такое цифровизация и зачем она нужна [Электронный ресурс] / URL: [https://club.cnews.ru/blogs/entry/chto\\_takoe\\_tsifrovizatsiya\\_i\\_zachem\\_ona\\_nuzhna](https://club.cnews.ru/blogs/entry/chto_takoe_tsifrovizatsiya_i_zachem_ona_nuzhna) (дата обращения: 25.01.2020).
3. Основные функции CRM [Электронный ресурс] / URL: <https://integrus.ru/> (дата обращения: 25.01.2020).
4. HRM-системы [Электронный ресурс] / URL: <http://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения: 25.01.2020).
5. Цифровизация в розничной торговле [Электронный ресурс] / URL: <https://vc.ru/marketing/63827-cifrovizaciya-v-rozничnoy-torgovle> (дата обращения: 25.01.2020).
6. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» [Электронный ресурс] / URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 25.01.2020).