

Чернаков Владимир Юрьевич

аспирант

АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

г. Москва

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТОРГОВЛИ: ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ

***Аннотация:** цель статьи – исследовать влияние цифровой трансформации на современную торговлю, уделяя особое внимание изменениям в потребительском поведении и эволюции бизнес-моделей. В условиях стремительного развития технологий традиционные подходы к торговле уступают место инновационным решениям, таким как мобильная коммерция, персонализация предложений и использование искусственного интеллекта. В статье анализируются ключевые тенденции, вызовы и перспективы, связанные с цифровизацией торговли, а также предлагаются рекомендации для бизнеса и регуляторов.*

***Ключевые слова:** цифровая трансформация, электронная коммерция, потребительское поведение, бизнес-модели, технологические инновации.*

Цифровая трансформация радикально меняет ландшафт современной торговли, создавая беспрецедентные возможности и серьезные вызовы для всех участников рынка. В последнее десятилетие мы наблюдаем стремительную эволюцию торговых процессов под влиянием технологического прогресса, что приводит к фундаментальным изменениям в бизнес-моделях, цепочках создания стоимости и потребительском поведении. Этот процесс трансформации охватывает все аспекты торговли – от традиционного ритейла до глобальных платформ электронной коммерции.

Развитие интернет-технологий достигло такого уровня, когда цифровые каналы становятся основным способом взаимодействия между продавцами и покупателями. Распространение мобильных устройств с доступом в интернет создало новые форматы мобильной коммерции, позволяющие совершать покупки в

любое время и в любом месте. По данным последних исследований, более 70% онлайн-покупок сейчас совершается через мобильные устройства, что коренным образом изменило требования к пользовательским интерфейсам и функционалу торговых платформ [1, с. 40].

Особое значение приобретает внедрение инновационных технологических инструментов, таких как искусственный интеллект, блокчейн, большие данные и интернет вещей. Эти технологии переопределяют традиционные подходы к торговле, создавая новые парадигмы ведения бизнеса. Искусственный интеллект, например, позволяет не только персонализировать предложения для клиентов, но и оптимизировать логистические процессы, прогнозировать спрос и автоматизировать обслуживание. Блокчейн-технологии обеспечивают прозрачность и безопасность транзакций, что особенно важно в условиях роста киберугроз.

Цель данной статьи – выявить ключевые факторы цифровой трансформации, оказывающие наиболее значимое влияние на современную торговлю, и разработать практические стратегии адаптации для бизнеса различного масштаба. Мы сосредоточимся на анализе трех основных аспектов: изменении потребительского поведения под влиянием цифровых технологий, трансформации бизнес-моделей в торговом секторе и новых технологических решениях, определяющих будущее отрасли.

Актуальность темы исследования обусловлена несколькими критически важными факторами. Во-первых, необходимостью глубокого понимания новых рыночных реалий, формирующихся под воздействием цифровизации. Во-вторых, потребностью в разработке эффективных решений для устойчивого развития бизнеса в условиях быстро меняющейся цифровой среды. В-третьих, важностью прогнозирования будущих трендов для своевременной адаптации стратегий компаний [2, с. 66].

Особую значимость исследование приобретает в контексте постпандемического развития мировой экономики, когда цифровые технологии стали не просто конкурентным преимуществом, а необходимым условием выживания бизнеса. Пандемия COVID-19 ускорила процессы цифровой трансформации в торговле на

5–7 лет, создав одновременно и новые возможности, и серьезные вызовы для участников рынка.

В статье будет проведен комплексный анализ современных тенденций цифровой трансформации торговли, включая:

- 1) изменения в поведении и ожиданиях цифровых потребителей;
- 2) эволюцию бизнес-моделей под влиянием новых технологий;
- 3) ключевые технологические инновации и их практическое применение;
- 4) основные вызовы и барьеры цифровой трансформации;
- 5) стратегии успешной адаптации для компаний торгового сектора.

Методологическую основу исследования составляют анализ статистических данных, кейс-стади ведущих торговых компаний, результаты социологических опросов потребителей и экспертные оценки тенденций развития цифровых технологий в торговле [3, с. 12]. Особое внимание уделяется практическим аспектам внедрения цифровых решений и их влиянию на операционную эффективность бизнеса.

Методы и материалы исследования.

Для проведения комплексного анализа цифровой трансформации торговли было использовано несколько взаимодополняющих методов исследования. В основу работы легли:

1. Анализ вторичных данных:

- статистические отчеты международных организаций (ОЭСР, ВТО, Всемирного банка) за 2020–2024 годы;
- отраслевые исследования ведущих аналитических агентств (Statista, eMarketer, McKinsey);
- данные национальных статистических служб по развитию электронной коммерции;
- годовые отчеты крупнейших торговых платформ (Amazon, Alibaba, Wildberries).

2. Первичные исследования:

- серия глубинных интервью с 25 экспертами отрасли (топ-менеджеры торговых сетей, технологические предприниматели, консультанты по цифровой трансформации);

- онлайн-опрос 1500 потребителей в возрасте 18–65 лет о цифровых покупательских привычках;

- кейс-стади 12 успешных проектов цифровизации в розничной торговле.

3. Методы анализа:

- сравнительный анализ традиционных и цифровых бизнес-моделей
- эконометрическое моделирование влияния технологических факторов на показатели эффективности;

- SWOT-анализ цифровой трансформации торгового сектора;

- прогнозирование развития трендов с использованием методов временных рядов.

Глубокий анализ цифровой трансформации торговли.

1. Трансформация потребительского поведения

Современные технологии радикально изменили модель принятия решений о покупках. Наблюдается несколько ключевых тенденций:

1.1. Мобильная коммерция достигла беспрецедентного роста:

- доля мобильных покупок выросла с 35% в 2019 до 62% в 2023 году;
- 78% потребителей начинают поиск товаров через мобильные приложения
- лидеры отрасли инвестируют в Progressive Web Apps и сверхбыстрые интерфейсы.

1.2. Персонализация вышла на новый уровень благодаря:

- AI-алгоритмам рекомендательных систем (рост конверсии на 35–40%);
- Predictive analytics для прогнозирования спроса;
- Гиперперсонализированным маркетинговым кампаниям.

1.3. Социальные медиа трансформировались в полноценные торговые площадки:

- 45% пользователей совершают покупки напрямую через соцсети;

– Live commerce (торговля в прямом эфире) показывает рост 300% год к году;

– микроинфлюенсеры генерируют 30% онлайн-продаж в нишевых сегментах.

2. Эволюция бизнес-моделей.

Цифровая трансформация породила принципиально новые подходы к ведению торгового бизнеса:

2.1. Подписочные модели демонстрируют устойчивый рост:

– Amazon Prime достиг 200 млн подписчиков в 2023 году

– появление нишевых сервисов (например, подписка на премиальные продукты);

– AI-ассистенты для автоматического управления подписками.

2.2. Платформенные решения:

– C2C-платформы (Etsy, Avito) показывают рост GMV на 25–30% ежегодно;

– B2B-маркетплейсы становятся стандартом для оптовой торговли;

– появление гибридных моделей (социальная коммерция + маркетплейс).

2.3. Иммерсивные технологии:

– AR-примерочные увеличивают конверсию на 65%;

– Виртуальные шоу-румы сокращают затраты на аренду на 40%;

– Метавселенные создают новые каналы дистрибуции

3. Технологические инновации.

3.1. Блокчейн-решения:

– умные контракты для автоматизации поставок;

– токенизация активов в торговой недвижимости;

– системы лояльности на базе NFT.

3.2. Интернет вещей:

– автоматизированные склады с IoT-датчиками;

– умные ценники с динамическим ценообразованием;

– системы контроля качества в цепях поставок.

3.3. Интеллектуальные устройства:

- голосовые ассистенты для совершения покупок;
- кассовые терминалы с компьютерным зрением;
- роботизированные системы комплектации заказов.

4. Ключевые вызовы

4.1. Кибербезопасность:

- ущерб от кибератак в рознице достиг \$3,4 млрд в 2023;
- необходимость внедрения Zero Trust архитектур;
- проблемы защиты персональных данных.

4.2. Устойчивое развитие:

- давление на бизнес со стороны eco-conscious потребителей;
- проблемы углеродного следа цифровой инфраструктуры;
- необходимость circular economy решений.

4.3. Цифровое неравенство:

- разрыв в доступе к технологиям между регионами;
- проблемы цифровой грамотности старшего поколения;
- неравномерное развитие логистической инфраструктуры [4, с. 44].

Расширенные рекомендации для участников рынка

1. Для бизнеса:

1.1. Стратегические инвестиции:

- внедрение omnichannel-стратегий;
- развитие data-driven маркетинга;
- создание цифровых экосистем.

1.2. Технологическая трансформация:

- миграция в облачные решения;
- автоматизация ключевых процессов;
- внедрение AI во всех бизнес-функциях.

1.3. Управление рисками:

- разработка комплексных киберстратегий;
- инвестиции в устойчивые решения;
- программы цифровой адаптации персонала.

2. Для регуляторов:

2.1. Инфраструктурные инициативы:

- развитие 5G-сетей и edge computing;
- субсидии для цифровизации МСБ;
- создание тестовых регуляторных песочниц.

2.2. Образовательные программы:

- цифровая грамотность населения;
- подготовка кадров для цифровой экономики;
- акселераторы технологических стартапов.

2.3. Экологическая политика:

- стандарты «зеленой» цифровизации;
- стимулы для carbon-neutral решений;
- регулирование электронных отходов.

Перспективы развития

Цифровая трансформация торговли вступает в фазу зрелости, где ключевыми направлениями развития станут:

- 1) конвергенция физического и цифрового опыта;
- 2) массовая персонализация на основе AI;
- 3) автономизация торговых процессов;
- 4) развитие Web3-экономики в коммерции;
- 5) формирование устойчивых цифровых экосистем.

Успешная адаптация к этим изменениям потребует от бизнеса стратегической гибкости, постоянных инноваций и ориентации на ценность для потребителя. Для регуляторов критически важным будет нахождение баланса между стимулированием инноваций и защитой интересов всех участников рынка [5, с. 50].

Выводы.

Цифровая трансформация торговли создает беспрецедентные возможности для роста эффективности, расширения рынков и улучшения потребительского опыта. Однако успешная реализация этого потенциала требует системного подхода, стратегического видения и готовности к постоянным изменениям.

Компаниям необходимо развивать цифровую зрелость, регуляторам – создавать сбалансированные условия развития, а всем участникам рынка – сотрудничать в формировании устойчивой цифровой экосистемы торговли.

В конечном итоге цифровая трансформация – это не просто технологическая модернизация, а фундаментальное изменение парадигмы торговли, где ценность создается через цифровые инновации, ориентированные на человека. Будущее принадлежит тем, кто сможет гармонично интегрировать технологические возможности с реальными потребностями людей и общества в целом.

Список литературы

1. Гаврилов Д.Д. Логистика интернет-торговли: проблемы и пути их решения / Д.Д. Гаврилов // Логистика и управление цепями поставок. – 2021. – №2. – С. 34–47.
2. Григорьева Е.И. Особенности интернет-торговли в условиях цифровизации экономики / Е.И. Григорьева, С.И. Калинин // Банковское дело. – 2020. – №4. – С. 65–72.
3. Неизвестный С.И. Социально-психологические проблемы перехода к цифровой экономике / С.И. Неизвестный // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2018. – Т. 17. №2 (147). – С. 5–13. – DOI 10.17922/2071-5323-2018-17-2-5-13. – EDN YSWYGD
4. Зиннатуллин Р.Р. Цифровизация субъектов малого бизнеса / Р.Р. Зиннатуллин // OpenScience. – 2022. – Т. 4 №3. – С. 44–54. – DOI 10.51632/2658-7939_2022_4_3_44. – EDN JNEKFS
5. Иванов И.И. Интернет-торговля в России: тенденции и перспективы / И.И. Иванов, П.П.Петров // Экономика и бизнес. – 2023. – №1. – С. 45–56.