

Стеценко Рената Александровна

студентка

Научный руководитель

Фомичева Татьяна Леонидовна

канд. экон. наук, доцент

ФГОБУ ВО «Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ДИНАМИКУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: в статье исследуется влияние цифровых технологий на эффективность продаж в современной экономике. Особое внимание уделено аналитическим инструментам, CRM-системам и искусственноому интеллекту, которые трансформируют традиционные подходы к управлению продажами и клиентскими отношениями.

Ключевые слова: цифровизация, экономика, продажи, эффективность, технологии, искусственный интеллект.

Современная экономика переживает эпоху глубокой цифровой трансформации, которая затрагивает все уровни хозяйственной деятельности – от индивидуального предпринимательства до глобальных корпораций.

Теоретические представления влияния цифровизации на продажи.

Цифровизация стала ключевым фактором повышения производительности, оптимизации бизнес-процессов и роста эффективности продаж [1]. В условиях усиливающейся конкуренции предприятия всё чаще делают ставку на внедрение цифровых решений – от онлайн-платформ и облачных сервисов до искусственного интеллекта (ИИ). В настоящее время цифровизация перестала быть технологическим трендом и превратилась в фундаментальную основу современной экономической системы.

Цифровизация в сфере продаж представляет собой процесс внедрения технологий, направленных на оптимизацию всех стадий торговой деятельности – от маркетинга и аналитики спроса до послепродажного обслуживания.

С теоретической точки зрения цифровая трансформация основана на принципах информационной экономики, где данные становятся ключевым активом, а эффективность определяется скоростью их обработки и точностью анализа. В продажах цифровизация проявляется через использование CRM-систем, Big Data для прогнозирования спроса, внедрение ИИ и машинного обучения для персонализации предложений, а также развитие электронных и мобильных платформ. Согласно исследованиям McKinsey & Company (2024), компании, активно использующие цифровые инструменты, увеличивают выручку на 18–22%, а рентабельность продаж – на 15–17% по сравнению с организациями, не прошедшими цифровую трансформацию. Таким образом, цифровизация не только оптимизирует внутренние процессы, но и создает новые бизнес-модели, основанные на данных и аналитике.

Практические проявления и инструменты цифровых технологий.

Реализация цифровых стратегий в сфере продаж наиболее ярко проявляется на примере ведущих компаний электронной коммерции. Так, Amazon является мировым лидером по внедрению ИИ-технологий в управление цепочками поставок и персонализацию рекомендаций. В 2024 году выручка компании выросла на 13%, превысив 143 млрд долларов США за первый квартал. Подобный эффект наблюдается и в российской экономике. Другим примером является компания Сбер, которая активно развивает цифровые сервисы на базе собственной экосистемы. Использование нейросетевых инструментов для прогнозирования потребительского поведения позволило повысить эффективность продаж в онлайн-каналах на 20%. В секторе B2B-торговли цифровизация проявляется в развитии корпоративных маркетплейсов и систем аналитики, где ключевую роль играют технологии облачных вычислений и блокчейна, обеспечивающие прозрачность и надёжность сделок.

Изменения эффективности продаж в условиях цифровой экономики.

Цифровизация влияет на эффективность продаж по нескольким направлениям.

1. Повышение производительности – автоматизация и аналитика сокращают время обработки заказов и повышают точность прогнозов спроса.

2. Снижение транзакционных издержек – использование онлайн-каналов и самообслуживания клиентов уменьшает расходы на персонал и логистику.

3. Рост клиентской лояльности – персонализированные предложения, гибкие программы лояльности и мгновенная коммуникация формируют поток постоянных покупателей.

4. Увеличение открытости (прозрачности) – цифровые платформы позволяют отслеживать все этапы продаж, минимизируя ошибки и потери.

Тенденции развития цифровизации в экономике.

В условиях стремительной трансформации рынка и растущих ожиданий потребителей цифровизация продаж перестаёт быть просто инструментом повышения эффективности – она становится ключевым фактором роста конкурентоспособности и устойчивого развития. В ближайшие годы цифровизация продаж будет прогрессировать по некоторым направлениям.

1. Искусственный интеллект (ИИ) и предиктивная аналитика. Применение нейросетей для прогнозирования спроса и динамического ценообразования позволит компаниям точнее адаптироваться к рыночным условиям.

2. Интернет вещей (IoT, Internet of Things). Умные устройства, подключённые к единой системе, создадут возможность автоматического управления запасами и логистикой.

3. Иммерсивные технологии (VR/AR). Уже сегодня виртуальные примерочные и 3D-каталоги становятся инструментом повышения конверсии в онлайн-торговле.

4. Устойчивое развитие и цифровая этика. Всё больше компаний интегрируют цифровые инструменты для отслеживания углеродного следа, оптимизации поставок и повышения экологической ответственности бизнеса.

По прогнозам PwC, благодаря ИИ мировая экономика может вырасти к 2030 году дополнительно на \$15,7 трлн [2].

Таким образом, именно цифровые технологии определяют траекторию будущего развития торговли и формируют основу новой, более динамичной и устойчивой экономической модели. В современных условиях цифровизация становится не только инструментом повышения эффективности, но и стратегическим фактором устойчивого развития экономики [3]. Компании, способные гибко адаптироваться к цифровой среде, получают возможность не просто увеличить объёмы продаж, но и выстраивать долгосрочные отношения с клиентами на основе доверия и персонализации.

Список литературы

1. Чалый А.Д. Влияние цифровой трансформации на производительность бизнес-процессов / А.Д. Чалый // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2025. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovoi-transformatsii-na-proizvoditelnost-biznes-protsessov/viewer> (дата обращения: 25.10.2025). DOI 10.24866/1813-3274/2025-2/63-78. EDN XWPCVE
2. Селезнев М. Как искусственный интеллект становится эффективным бизнес-инструментом / М. Селезнев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/60224ec09a79475d351c0503> (дата обращения: 25.10.2025).
3. Страхов В.В. Цифровизация как инструмент обеспечения экономической безопасности / В.В. Страхов // Вестник Евразийской науки. – 2025. – Т. 17. №s1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/16FAVN125.pdf> (дата обращения: 25.10.2025). EDN AITEOU