



ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY



Научная статья

УДК 339.4.49

<https://doi.org/10.23947/2413-1474-2025-9-1-6-13>

Коммерческая деятельность торговой организации в условиях цифровизации

Д.К. Чешева

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Аннотация

Проведен анализ трансформации коммерческой деятельности торговых организаций под влиянием широкомасштабного развития процессов цифровизации, открывающих принципиально новые возможности для повышения ее эффективности. Рассматривается влияние цифровых технологий на различные аспекты ведения торгового бизнеса, включая развитие электронной коммерции, персонализацию взаимодействия с потребителями и использование инструментов аналитики больших данных. Особое внимание уделено специфике использования потенциала систем искусственного интеллекта в рамках различных направлений коммерческой деятельности. Подчеркивается важность успешной адаптации торговых предприятий к цифровым изменениям в контексте обеспечения долгосрочной устойчивости бизнеса.

Ключевые слова: торговые организации, коммерческая деятельность, цифровизация, электронная коммерция, анализ больших данных, автоматизация бизнес-процессов, цепочки поставок, цифровой маркетинг, персонализация, искусственный интеллект

Для цитирования. Чешева Д.К. Коммерческая деятельность торговой организации в условиях цифровизации. *Экономика и экология территориальных образований*. 2025;9(1):6–13.

<https://doi.org/10.23947/2413-1474-2025-9-1-6-13>

Research Article

Commercial Activity of a Trade Organisation in the Context of Digitalization

Darya K. Chesheva

Rostov State University of Economics (RSUE), Rostov-on-Don, Russian Federation

Abstract

The article analyses the transformation of commercial activity of trade organisations under the influence of the ongoing large-scale digitalization process, which opens the fundamentally new opportunities to improve the efficiency of such activity. The article studies the impact of digital technologies on various aspects of trade business, including the development of e-commerce, personalization of

interaction with customers and use of big data analytics tools. Special attention has been paid to the features of using the artificial intelligence potential in various areas of commercial activity. The importance of successful adaptation of trade enterprises to digital changes in the context of ensuring long-term sustainability of business has been emphasized.

Keywords: trade organisations, commercial activity, digitalization, e-commerce, big data analysis, business process automation, supply chains, digital marketing, personalization, artificial intelligence

For Citation. Chesheva DK. Commercial Activity of a Trade Organisation in the Context of Digitalization. *Economy and Ecology of Territorial Formations*. 2025;9(1):6–13. <https://doi.org/10.23947/2413-1474-2025-9-1-6-13>

Введение. Коммерческая деятельность, являясь основополагающим элементом функционирования любой торговой организации, представляет собой сложный и многоаспектный комплекс торгово-организационных мероприятий. В своей сущности она воплощает процесс обмена товарами и услугами между субъектами хозяйствования, реализуемый в строгом соответствии с действующими законодательными нормами и направленный на достижение конечной цели любой бизнес-деятельности — получение прибыли [1].

При рассмотрении этого явления в более широком контексте коммерческую деятельность можно определить как форму предпринимательской активности, ориентированную на реализацию товаров и предоставление услуг для удовлетворения существующих на рынке потребностей и, как следствие, обеспечения доходности. Классическая концепция коммерции акцентирует её основную функцию — обеспечение прибыльного удовлетворения запросов потребителей.

С теоретической точки зрения, коммерческая деятельность представляет собой структурированную систему взаимосвязанных процессов и операций, направленных на осуществление купли-продажи товаров с целью удовлетворения потребительского спроса и обеспечения финансовой выгоды [2]. Ключевым аспектом является то, что коммерческая деятельность в торговле не ограничивается исключительно актом продажи, а включает в себя широкий спектр последовательных организационных мероприятий, ориентированных на эффективное доведение товаров до конечного потребителя и предоставление сопутствующих торговых услуг.

Специфика коммерческой деятельности в торговой сфере определяется её посреднической функцией, обеспечивающей взаимодействие между производителями и конечными потребителями товаров и услуг. Она охватывает широкий спектр задач, начиная от анализа динамики потребительского спроса и формирования оптимального товарного ассортимента и заканчивая реализацией целенаправленных рекламных кампаний и обеспечением качественного послепродажного обслуживания [3]. Успешная реализация коммерческой деятельности торгового предприятия предполагает наличие у его сотрудников высокого профессионализма, способности к оперативному и гибкому мышлению, глубокого знания текущей рыночной ситуации и умения ориентироваться на достижение стратегических целей организации.

При этом данная деятельность среди прочего подразумевает проведение тщательного анализа рынка сбыта, установление рациональных и взаимовыгодных связей с поставщиками, заключение юридически значимых договоров на поставку и эффективное распоряжение товарными ресурсами [4]. Базовые принципы, лежащие в ее основе, включают свободу выбора деловых партнеров, наличие широкого спектра альтернативных источников закупок, экономическое равноправие взаимодействующих сторон, саморегулирование процессов обмена, сво-

боду в определении цен, конкуренцию между участниками рынка и неукоснительное соблюдение сторонами принятых на себя обязательств. Цель данной статьи — провести анализ воздействия процесса цифровизации на коммерческую деятельность торговых организаций.

Основная часть. Установлено, что внедрение цифровых технологий, являющееся ключевой тенденцией современной эпохи, оказывает существенное и многоаспектное воздействие на процесс функционирования торговых организаций, кардинально преобразуя традиционные подходы к ведению бизнеса. Интернет и мобильные приложения создают новые каналы для взаимодействия с клиентами и реализации операций купли-продажи, нивелируя географические ограничения и обеспечивая потребителям возможность совершать покупки в удобное для них время [5].

Развитие электронной коммерции и применение омниканальных стратегий становятся определяющими направлениями современного рынка. Облачные сервисы предоставляют торговым организациям гибкую и масштабируемую инфраструктуру, необходимую для хранения и обработки значительных объемов данных, оптимизации бизнес-процессов и координации с деловыми партнерами, что способствует сокращению операционных издержек и повышению адаптивности к динамичным рыночным условиям.

Анализ больших данных открывает торговым организациям доступ к значимой информации о поведении и предпочтениях клиентов, что способствует совершенствованию ассортиментной политики, разработке персонализированных маркетинговых стратегий и принятию обоснованных управленческих решений. Автоматизация рутинных процессов с применением цифровых инструментов, таких как чат-боты для поддержки клиентов или системы управления складским хозяйством, повышает производительность труда, минимизирует вероятность ошибок и позволяет сотрудникам сосредоточить усилия на решении более сложных и стратегически значимых задач. Кроме того, цифровизация оптимизирует взаимодействие с поставщиками на основе внедрения систем электронного документооборота и специализированных платформ обмена информацией, что усиливает прозрачность и эффективность цепочек поставок [6].

Развитие систем электронной коммерции является одним из ключевых направлений цифровой трансформации торговой отрасли. Российский рынок электронной коммерции демонстрирует устойчивую динамику роста. По данным различных экспертных оценок, в 2023 году его объем варьировался в диапазоне от 6 до 16 трлн рублей, а доля онлайн-продаж в общем объеме розничной торговли составила около 14 % [7]. Ведущие позиции на рынке занимают маркетплейсы Wildberries и Ozon, которые входят в десятку самых посещаемых интернет-магазинов мира и аккумулируют свыше половины объема онлайн-продаж в России [8].

Ещё одним значимым направлением развития коммерческой деятельности выступает цифровой маркетинг. Например, отечественная сеть «М.Видео-Эльдорадо» успешно применяет инструменты influencer marketing, что обеспечило рост узнаваемости бренда на 10 % и увеличение продаж на 3,8 % [9]. Компания также использует технологии smart retargeting на основе машинного обучения для повышения конверсии в мобильном приложении. Маркетплейс Wildberries уделяет значительное внимание SEO-оптимизации карточек товаров, применяя релевантные ключевые слова в заголовках и описаниях для улучшения их позиций в поисковой выдаче [10].

Автоматизация процессов продаж представляет собой ещё одну важную тенденцию развития рассматриваемой сферы. В частности, более трети отечественных ритейлеров внедрили чат-боты для обработки клиентских запросов, что значительно повышает эффективность

службы поддержки. Сеть «Магнит» тестирует беспилотные технологии в логистике, что в перспективе может сократить время доставки и снизить издержки [11].

Цифровизация также существенно влияет на управление цепочками поставок. Так, системы управления логистикой позволяют ритейлерам оптимизировать поставки и складские процессы, потенциально снижая затраты на 10 % и более. Один из лидеров мировой торговли Walmart использует аналитические инструменты для прогнозирования спроса и корректировки запасов, технологию cross-docking для прямой доставки товаров в магазины, минуя промежуточное хранение, а также инструментарий блокчейна для обеспечения прозрачности и отслеживаемости происхождения продуктов питания [12].

Развитие аналитики клиентских данных и интеллектуального ценообразования также играет важную роль в эволюции коммерческой деятельности под влиянием процессов цифровизации. Отечественный ритейлер Fix Price использует платформы клиентских данных для анализа аудитории и персонализации маркетинга [13], а X5 Group применяет дашборд «Аналитика продаж» на базе Dialog.X5/Insights для мониторинга спроса в реальном времени по всей сети и отдельным регионам [14].

Все большее распространение получает использование технологий искусственного интеллекта в процессе совершенствования коммерческой деятельности торговых организаций. В таблице 1 представлены примеры использования возможностей искусственного интеллекта в различных аспектах данной деятельности.

Таблица 1

Использование возможностей искусственного интеллекта в коммерческой деятельности торговой организации

Область применения	Описание
Прогнозирование спроса	Анализ исторических данных и внешних факторов для формирования высокоточных прогнозов потребительского спроса
Персонализация предложений	Анализ обширных массивов данных о клиентах с целью формирования индивидуализированных рекомендаций и эксклюзивных предложений
Управление запасами	Автоматическая оптимизация уровня товарных запасов на основе прогнозных данных о спросе и актуальной информации о поставках
Улучшение клиентского сервиса	Обеспечение непрерывной круглосуточной поддержки клиентов посредством интеллектуальных чат-ботов и виртуальных ассистентов
Интеллектуальное ценообразование	Динамическое определение оптимальных ценовых параметров на основе непрерывного анализа рыночной конъюнктуры и текущего уровня спроса

Оценивая результаты внедрения подобных мероприятий, следует отметить, что прогнозирование потребительского спроса с использованием искусственного интеллекта позволяет торговым организациям оптимизировать закупочную деятельность и значительно сокращать издержки хранения товарных запасов. Персонализация товарных предложений, основанная на детальном анализе клиентских данных, повышает лояльность покупателей и увеличивает средний чек. Применение ИИ в управлении запасами обеспечивает мониторинг товарных

остатков в реальном времени и автоматизацию заказов на пополнение складов, снижая вероятность дефицита или излишков продукции. Улучшение клиентского сервиса достигается за счёт внедрения интеллектуальных чат-ботов и виртуальных ассистентов, которые оперативно обрабатывают запросы и решают проблемы клиентов. Интеллектуальное ценообразование, опирающееся на анализ рыночных данных и динамики спроса, способствует максимизации прибыли [15].

Кроме того, ИИ эффективно применяется для оптимизации маркетинговых кампаний через определение наиболее результативных каналов и сообщений, для предотвращения мошенничества путем анализа поведения пользователей при онлайн-покупках, а также для комплексного анализа отзывов клиентов с целью совершенствования качества товаров и услуг [16].

Анализ опыта крупнейших зарубежных торговых компаний дает возможность выделить ряд перспективных направлений реализации потенциала технологий искусственного интеллекта в коммерческой деятельности организаций рассматриваемой сферы [17–19]:

- предиктивная аналитика цепочек поставок, позволяющая прогнозировать возможные сбои в логистике и оптимизировать маршруты доставки, снижая издержки на 15–20 %;
- формирование моделей гиперперсонализации, анализирующих не только историю покупок, но и психографические данные клиентов (интересы, ценности), что повышает конверсию на 10–15 %;
- проведение этического анализа, отслеживающего экологический след поставок, что укрепляет репутацию компаний в плане соответствия нормам социальной ответственности;
- разработка моделей динамического ценообразования, позволяющих учитывать изменение конкурентных цен в реальном времени, что увеличивает маржу на 5–7 %;
- внедрение в рамках антифрод-систем моделей, использующих биометрические данные (голос, поведенческие паттерны), что помогает существенно снизить уровень мошенничества.

Важно отметить, что успешность цифровой трансформации коммерческой деятельности торговых организаций определяется рядом ключевых факторов. Одним из определяющих является уровень квалификации персонала, так как эффективное использование новых технологий требует наличия специалистов с соответствующими знаниями и навыками. Не менее значима развитая информационно-технологическая инфраструктура, включающая в себя стабильное высокоскоростное интернет-соединение и современные системы обработки данных [20]. Интеграция цифровых систем играет важную роль в обеспечении бесперебойного обмена информацией между подразделениями компании. Значительное влияние оказывает готовность организации к изменениям, поскольку цифровая трансформация затрагивает не только технологические процессы, но и организационную культуру.

Особое внимание следует уделить тому, что внедрение цифровых технологий должно быть направлено на улучшение клиентского опыта и повышение удовлетворённости потребителей. Кроме того, эффективное планирование и управление рисками на всех этапах цифровой трансформации позволяют минимизировать возможные негативные проявления и достичь поставленных целей.

Заключение. Подводя итоги проведенного анализа, следует отметить, что цифровизация оказывает глубокое воздействие на коммерческую деятельность торговых организаций, предоставляя инструменты для повышения операционной эффективности, оптимизации бизнес-процессов и улучшения взаимодействия с клиентами. Развитие электронной коммерции, цифрового маркетинга, автоматизации продаж, интеллектуального управления цепочками поставок и аналитики клиентских данных создаёт значительные возможности для роста.

Все более активное использование технологий искусственного интеллекта в рассматриваемой сфере демонстрирует потенциал для формирования интеллектуальной системы управления, способной адаптироваться к динамичным рыночным условиям и меняющимся потребностям клиентов. Успешная реализация такой трансформации требует учета целого ряда факторов, включая готовность к инновациям, профессиональную подготовку персонала и наличие современной IT-инфраструктуры. Однако в условиях цифровой революции торговым организациям имманентно необходимо активно внедрять инновационные цифровые технологии для сохранения конкурентоспособности и обеспечения устойчивого развития в долгосрочной перспективе.

Список литературы / References

1. Федорова М.А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления. *Социально-экономические явления и процессы*. 2014;9(10):10–14.
Fedorova MA. Commercial Activity of Trade Enterprise: Essence and Main Directions. *Social-Economic Phenomena and Processes*. 2014;9(10):10–14. (In Russ.)
2. Сибиряткина И.В., Лихотина И. Коммерческая деятельность торгового предприятия как объект финансового анализа. *Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика*. 2016;4(6(26)):194–198.
Sibiryatkina IV, Likhovina I. Commercial Activity of a Trade Enterprise as an Object of Financial Analysis. *Current Directions of Scientific Research of the XXI Century: Theory and Practice*. 2016;4(6(26)):194–198. (In Russ.)
3. Дедиков А.Ю. Сущность коммерческой деятельности. *Евразийский научный журнал*. 2020;1:77–78.
Dedikov AYU. The Essence of Commercial Activity. *Evrasiiskii nauchnyi zhurnal*. 2020;1:77–78. (In Russ.)
4. Рузавин А.Е. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли. *Экономика и менеджмент инновационных технологий*. 2020;(1(100)):6.
Ruzavin AE. Features of the Organization and Management of Commercial Activity of Wholesale Trade Enterprises. *Economics and Innovations Management*. 2020;(1(100)):6. (In Russ.)
5. Цифровизация ритейла 2023–2025: тенденции и актуальные решения. URL: <https://www.agora.ru/blog/tsifrovizatsiya-riteyla-2023-2025> (дата обращения: 03.03.2025).
Digitalization of Retail 2023–2025: Trends and Current Solutions. URL: <https://www.agora.ru/blog/tsifrovizatsiya-riteyla-2023-2025> (accessed: 03.03.2025).
6. Михайлов А.А., Горюнова Л.А., Цветкова Л.А. Цифровизация коммерческой деятельности в компаниях. *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2019;9(10–1):472–480.
Mikhailov AA, Goryunova LA, Tsvetkova LA. Digitalization of Commercial Activity in Companies. *Economics: Yesterday, Today and Tomorrow*. 2019;9(10–1):472–480. (In Russ.)
7. Интернет-торговля (рынок России). URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_(рынок_России)) (дата обращения: 03.03.2025).
Online Trade (Russian Market). URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (accessed: 03.03.2025). (In Russ.)
8. Ozon и Wildberries впервые вошли в топ-10 маркетплейсов мира по числу посещений. URL: <https://habr.com/ru/news/812577> (accessed: 03.03.2025).
Ozon and Wildberries for the First Time Entered the Top 10 Marketplaces in the World by Number of Visits. URL: <https://habr.com/ru/news/812577> (accessed: 03.03.2025).

9. Кейс «М.Видео-Эльдорадо», MGCom и WIB: как измерить эффективность инфлюенс-маркетинга. URL: <https://www.sostav.ru/publication/kejs-m-video-eldorado-mgcom-wib-izmerit-effektivnost-inflyuens-marketing-68628.html> (дата обращения: 03.03.2025).

Case of “M.Video-Eldorado”, MGCom and WIB: How to Measure the Efficiency of Influencer Marketing. URL: <https://www.sostav.ru/publication/kejs-m-video-eldorado-mgcom-wib-izmerit-effektivnost-inflyuens-marketing-68628.html> (accessed: 03.03.2025). (In Russ.).

10. Зулумова Э. SEO оптимизация карточек товара на Wildberries. URL: <https://sholchev.ru/blog/seo-optimizatsiya-kartochek-tovara-na-wildberries/> (дата обращения: 03.03.2025).

Zulumova E. SEO Optimization of Product Page on Wildberries. URL: <https://sholchev.ru/blog/seo-optimizatsiya-kartochek-tovara-na-wildberries/> (accessed: 03.03.2025). (In Russ.)

11. «Магнит» запустил беспилотные грузоперевозки из Москвы в Петербург. URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/14/08/2023/64d9f95d9a79475144d58646?ysclid=m8sqg6ubj625780134 (дата обращения: 03.03.2025).

“Magnit” Launched Unmanned Cargo Transportation from Moscow to St. Petersburg. URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/14/08/2023/64d9f95d9a79475144d58646?ysclid=m8sqg6ubj625780134 (accessed: 03.03.2025). (In Russ.)

12. Sristy A. Blockchain in the Food Supply Chain — What Does the Future Look Like? URL: https://tech.walmart.com/content/walmart-global-tech/en_us/blog/post/blockchain-in-the-food-supply-chain.html/ (accessed: 03.03.2025).

13. Обзор: цифровизация ритейла (рынок России). URL: https://imredi.biz/review_digitalization_of_retail_russian_market (дата обращения: 03.03.2025).

Overview: Digitalization of Retail (Russian Market). URL: https://imredi.biz/review_digitalization_of_retail_russian_market (accessed: 03.03.2025). (In Russ.)

14. X5 предоставляет бесплатный доступ к расширенной аналитике продаж для всех партнеров. URL: <https://www.x5.ru/ru/news/x5-predostavlyaet-besplatnyj-dostup-k-rasshirennoj-analitike-prodazh-dlya-vseh-partnyorov> (дата обращения: 03.03.2025).

X5 Provides Free Access to Extended Sales Analytics for All Partners. URL: <https://www.x5.ru/ru/news/x5-predostavlyaet-besplatnyj-dostup-k-rasshirennoj-analitike-prodazh-dlya-vseh-partnyorov> (accessed: 03.03.2025). (In Russ.)

15. Искусственный интеллект в ритейле: шесть сфер применения. URL: <https://www.retail.ru/articles/iskusstvennyy-intellekt-v-riteyle> (дата обращения: 03.03.2025).

Artificial Intelligence in Retail: Six Areas of Application. URL: <https://www.retail.ru/articles/iskusstvennyy-intellekt-v-riteyle> (accessed: 03.03.2025). (In Russ.)

16. Шальнева М.С., Шпильман Н.В. Внедрение технологии искусственного интеллекта в бизнес-процессы торговых корпораций. *Страховое дело*. 2022;(4(349)):54–62.

Shalneva MS, Shpilman NV. Introduction of Artificial Intelligence Technology Into the Business Processes of Trading Corporations. *Strakhovoe delo*. 2022;(4(349)):54–62. (In Russ.)

17. The Future of Supply Chain with AI. URL: <https://toxigon.com/the-future-of-supply-chain-with-ai> (accessed: 03.03.2025).

18. Hyper-Personalization: 7 Examples of Retail Marketing. URL: <https://retailboss.co/hyper-personalization-in-retail-7-examples-of-retailers-doing-it-right> (accessed: 03.03.2025).

19. Dynamic Pricing in Retail: Strategy, Intelligence, and Impact. URL: <https://www.display-data.com/2024/09/13/dynamic-pricing-in-retail-strategy-intelligence-impact> (accessed: 03.03.2025).

20. Никулина О.В., Петросян С.А. Анализ тенденций развития международной торговли на современном этапе цифровизации мировой экономики. *Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика*. 2020;22(1):170–182.

Nikulina OV, Petrosyan SA. Analysis of Trends in International Trade at the Present Stage of World Economy Digitalization. *Journal of Volgograd State University. Economics*. 2020;22(1):170–182. (In Russ.)

Об авторе:

Дарья Константиновна Чешева, студент Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) (344002, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69), ekomagazine@yandex.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

About the Author:

Darya K. Chesheva, Student, Rostov State University of Economics (69, Bolshaya Sadovaya Str., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation), ekomagazine@yandex.ru

Conflict of Interest Statement: the author declares no conflict of interest.

The author has read and approved the final manuscript.