DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-3-131-143

Диджитализация коммерческого направления деятельности российских компаний как фактор повышения их конкурентоспособности

Г. Г. Дерябина^{1,2*}, Н. В. Трубникова²

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

² Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

*g_deriabina@yahoo.com

Аннотация. Изучение влияния современных технологий, в частности цифровизации, на трансформацию и будущее развитие отраслей, а также изменение экономических и маркетинговых моделей внутри отраслей и их влияние на конкурентоспособность бизнеса – одно из новых направлений исследований в экономике. Целью данного исследования является применимость последних цифровых тенденций к системам продаж (B2B и B2B2C) российских компаний для повышения их конкурентоспособности в условиях открытой цифровой экономики. Данное исследование включает собственные разработки и полевые исследования авторов в области диджитализации системы продаж со сравнительным анализом запусков B2B и B2B2C диджитал CRM-систем в 2017 и 2020 годах. Авторы анализируют материалы по экономической истории и экономическому развитию под влиянием технического прогресса, а также последние исследования в области цифровых технологий. Данное сравнение позволяет выявить понимание развития диджитал-технологий в бизнесе для повышения его конкурентоспособности в условиях открытой цифровой экономики и восприятие этих технологий потребителями и бизнес-партнерами компаний в России. Среди основных цифровых тенденций, которые компании быстро внедряют в свои текущие бизнес-процессы, включая продажи и маркетинг, авторы выделяют растущее использование искусственного интеллекта (ИИ), голосового поиска, технологий 5G, дополненной реальности (AR), чат-ботов, программной рекламы, прогностической аналитики, омниканального маркетинга, цифрового видеомаркетинга, блокчейна. В процессе исследования авторы выявили определенный прогресс в уровне цифровизации и ее восприятия в стране, начиная с распространения современного оборудования и заканчивая повышением компьютерной грамотности и открытости для работы с цифровыми инструментами как на уровне конечного пользователя, так и на уровне бизнес-партнеров, подтверждая перспективы цифровизации полевой работы для компаний и усиливая компонент персонализации продаж и маркетинга для повышения конкурентоспособности компаний в условиях открытой цифровой экономики.

Ключевые слова: инновационное развитие экономики, конкурентоспособность, цифровая экономика, цифровые технологии, диджитал CRM-системы

Для цитирования: Дерябина Г. Г., Трубникова Н. В. Диджитализация коммерческого направления деятельности российских компаний как фактор повышения их конкурентоспособности // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. № 3. С. 131–143. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-3-131-143

Digitalization of Commercial Activity of Russian Companies as a Factor of Their Competitiveness

G. Deryabina^{1,2*}, N. Trubnikova²

¹ Synergy University, Moscow, Russia

² Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

*g_deriabina@yahoo.com

Abstract. Study of the impact of modern technologies and, in particular, digitalization, on the transformation and future development of industries, as well as changes in economic and marketing models within industries and their impact on business competitiveness is one of the new areas of research in the economic sciences. The purpose of this study is to apply the latest digital trends to modern commercial systems (B2B and B2B2C) of Russian companies to improve their competitiveness in an open digital economy. This work includes the authors' own developments and field studies of digitalization of commercial functions, with a comparative analysis of the launches of B2B and B2B2C digital CRM systems in 2017 and 2020. The authors analyze materials on economic history and economic development impacted by technological progress, as well as recent researches in the field of digital technologies. This comparison reveals an understanding of the development of digital technologies in business aiming to increase its competitiveness in an open digital economy and to reveal the perception of these technologies by consumers and business partners of companies in Russia. Among the major digital trends that companies are rapidly adopting into their current business processes, including sales and marketing, the authors highlight the growing use of AI, voice search, 5G, AR technologies, chatbots, programmatic advertising, predictive analytics, omnichannel marketing, digital video marketing, blockchain. The field study revealed some progress in the level of digitalization and its perception in the country, starting with the dissemination of modern equipment to the increase in the computer literacy of the population and its openness to work with digital tools, both at the end-user level and at the level of business partners. That confirms the prospect of digitalizing the fieldwork for companies and leveraging the personalization component of marketing to improve the competitiveness of companies in an open digital economy.

Keywords: innovative economic development, competitiveness, digital economy, digital technologies, B2B2C digital marketing

For citation: Deryabina G., Trubnikova N. Digitalization of Commercial Activity of Russian Companies as a Factor of Their Competitiveness. *Sovremennaya konkurensiya*=Journal of Modern Competition, 2021, vol.15, no.3, pp.131-143 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2021-15-3-131-143

Введение

В развитии человеческого общества можно достаточно четко выделить несколько значительных трансформационных эпох: начиная с неолитической

революции около 10 тысяч лет назад с переходом от охоты и собирательства к оседлому образу жизни, к аграрной революции с внедрением новых технологий по обработке земли и выращиванию растений в XVII–XIX веках и до последней промышленной