

EDN: YVTPUS
УДК 339.137

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE COMPETITIVENESS OF TRADE ORGANIZATIONS

Alina A. Sukhorukova, Ekaterina V. Belonogova*, Svetlana O. Loginova,
Anastasia M. Bulueva

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

Received 07.12.2023, accepted 18.12.2023

Abstract. The article examines various aspects of digitalization, such as the use of online platforms and online stores, automation of processes using artificial intelligence and robotics, data analytics and personalization of offers for customers. This article examines the concept of "competitiveness" and defines its main aspects. The article pays attention to such a concept as "digitalization of the economy". Based on the opinions of various authors, it was possible to identify the positive and negative features of digitalization. However, the complexity of implementing digital technologies is due to the emergence of possible challenges and problems that trade organizations may face when implementing digital technologies, such as the need for internal restructuring of the organization, ensuring data security and customer confidentiality, as well as the need for constant updating and development of technological infrastructure. This article provides an overview of the impact of digitalization on the competitiveness of trade organizations, identifies the advantages and challenges of this process, and emphasizes the importance of a strategic approach and change management for the successful implementation of digital projects. Thus, the article examines the impact of such trends in the digitalization of the economy as the introduction of online sales, self-service cash registers, process automation, digital marketing, and collaboration.

Keywords: competitiveness, digitalization, digital technologies, trade, competitive advantages.

Citation: Sukhorukova, A. A., Belonogova, E. V., Loginova, S. O., Bulueva, A. M. (2023). The impact of digitalization on the competitiveness of trade organizations. In: Trade, service, food industry. Vol. 3(4). Pp. 392–401. EDN: YVTPUS



ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Алина Анатольевна Сухорукова, Екатерина Васильевна Белоногова*,
Светлана Олеговна Логинова, Анастасия Максимовна Булуева
Сибирский федеральный университет, Красноярск, Российская Федерация

Аннотация. Рассмотрены различные аспекты цифровизации, такие как использование онлайн-платформ и интернет-магазинов, автоматизация процессов с помощью искусственного интеллекта и роботизации, аналитика данных и персонализация предложений для клиентов. Представлено понятие «конкурентоспособность», определены его основные аспекты. Уделено внимание такому понятию, как «цифровизация экономики». На основе мнения различных авторов

удалось определить положительные и отрицательные черты цифровизации. Вместе с тем сложность изучаемой темы обусловлена появлением возможных вызовов и проблем, с которыми могут столкнуться торговые организации при внедрении цифровых технологий, таких как необходимость внутренней перестройки организации, обеспечение безопасности данных и конфиденциальности клиентов, а также необходимость постоянного обновления и развития технологической инфраструктуры. Здесь представлен обзор влияния цифровизации на конкурентоспособность торговых организаций, выявлены преимущества и вызовы этого процесса, а также подчеркнута важность стратегического подхода и управления изменениями для успешной реализации цифровых проектов. Кроме того, показан влияние таких тенденций цифровизации экономики, как внедрение онлайн-продаж, касс самообслуживания, автоматизации процессов, цифрового маркетинга, сотрудничества.

Ключевые слова: конкурентоспособность, цифровизация, цифровые технологии, торговля, конкурентные преимущества.

Цитирование: Сухорукова, А. А. Влияние цифровизации на конкурентоспособность торговых организаций / А. А. Сухорукова, Е. В. Белоногова, С. О. Логинова, А. М. Булуева // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2023. – № 3(4). – С. 392–401. – EDN: YVTPUS



Введение. С появлением все большего числа предприятий торговли предприниматели столкнулись с проблемой возникновения конкуренции на рынке. Обеспечение конкурентоспособности стало основной стратегической задачей каждого предприятия, осуществляющего торговую деятельность. Управление организацией в условиях конкуренции сводится к постоянному анализу и оценке факторов, способных повышать или понижать конкурентоспособность. Больше внимание акцентируется на конкурентоспособности продаваемых товаров, оказываемых услугах. Среди факторов, определяющих уровень конкурентоспособности торговых предприятий, выделяют место продукции на рынке, ее особые преимущества, способности удовлетворять требования покупателей, качество обслуживания, наличие электронных касс самообслуживания, мобильных приложений с информацией о товарах (услугах), электронных ценников и др.

Актуальность данной статьи определена анализом преимуществ, которые могут получить торговые организации благодаря цифровизации: улучшение качества обслуживания клиентов, оптимизация логистических процессов, повышение эффективности маркетинговых кампаний и расширение географии продаж. В настоящее время компаниям важно отслеживать влияние тенденций цифровизации на конкурентоспособность торговых организаций. Вследствие этого необходимо анализировать, как современные технологии и цифровые инструменты могут повлиять на эффективность и результативность деятельности.

Цель исследования заключается в изучении влияния цифровизации на конкурентоспособность торговых организаций и определении их способности адаптироваться к изменяющимся требованиям потребителей.

Материалы и методы. Изучение конкурентоспособности торгового предприятия началось еще в 80-х годах XX века. Конкурентоспособности торговых предприятий посвящены труды Н. П. Абаевой [1], А. К. Александрова [2], А. Е. Андреевой [3], Г. Д. Антонова О. П. Ивановой, В. М. Тумина, П. А. Костромина [4], В. А. Быкова [5] и др. Для удержания позиций на рынке предприятиям необходимо использовать современные цифровые технологии. Ю. В. Белоусов, О. И. Тимофеева [6,

7], Н. С. Печникова [8] и др. рассматривают цифровизацию как основу бизнес-моделирования деятельности компаний.

Основными научными методами определения влияния цифровизации на конкурентоспособность торговых компаний являются анализ, синтез, индукция, дедукция, генерализация, сравнительный анализ и прочие. При написании статьи применялись системный, комплексный подходы, а также общепринятые и специфические методы и подходы в соответствии с критерием взаимосвязи, что обеспечивает возможность изучения влияния использования цифровых технологий и определение результатов их внедрения в деятельность торговой организации.

Полученные результаты и их обсуждение. В условиях современной рыночной экономики цифровизация стала одним из важнейших способов ведения конкурентной борьбы. Для выживания на рынке, поддержания устойчивого развития предприятия должны поддерживать собственный уровень конкурентоспособности, использовать новые технологии. Конкурентоспособность предприятий служит ключевым моментом их выживаемости и ведения деятельности, приносящей стабильную прибыль. Для достижения поставленной цели целесообразно начать с определения самого термина.

С. И. Ожегов под конкурентоспособностью понимает противостояние конкурентов в борьбе за место на рынке [9]. Г. Я. Киперман и Р. Г. Фазлиахметов рассматривают конкурентоспособность как противостояние конкурентам, способное удовлетворить потребителей качеством и наличием товаров (услуг) [10].

А. А. Брылев и И. Н. Турчаева выделяют в качестве конкурентоспособности интересы предприятий торговли, способствующие экономическому выживанию в рыночных условиях и проявляющиеся в процессе конкурентной борьбы на стадии товарного обмена [11]. Ю. Б. Рубин считает, что конкурентоспособность предприятия зависит от таланта руководителя, умения применять имеющиеся ресурсы в качестве конкурентного преимущества перед конкурентами для борьбы в процессе завоевания рынка [12].

По мнению Р. А. Фатхутдинова, конкурентоспособность определяет умение предпринимателя выпускать конкурентоспособную продукцию, имеющую новизну, практичность, универсальность и прочие критерии на конкретном рынке [13]. Наиболее полное определение привела автор А. Е. Андреева, определив конкурентоспособность как способность организации повышать рыночную стоимость предприятия, эффективно использовать и накапливать ресурсный потенциал, что позволит увеличивать долю рынка, видеть стратегическую перспективу с учетом рисков изменяющихся обстоятельств и адаптироваться к внешним условиям [3].

Чтобы борьба за потребителя осуществлялась эффективнее, на рынке должна функционировать здоровая конкуренция. Здоровой она будет считаться лишь в том случае, если содержит в себе два основных принципа:

- 1) отсутствие барьеров вхождения новых субъектов на рынок, что исключает монополию;
- 2) определение цен на рынке, осуществляемое исключительно посредством влияния спроса и предложения.

Исходя из сказанного можно обобщить, что конкурентоспособность является ключевым фактором успеха компании. Вместе с тем чтобы продолжать борьбу за внимание покупателя необходимо отвечать на все его запросы в быстро изменяющихся условиях среды. С появлением тенденции к цифровизации удовлетворять потребности потребителя становится сложнее. Для того, чтобы разобраться, как делать это грамотно, необходимо рассмотреть дефиницию «цифровизация».

Цифровизация экономики предполагает переход от традиционных методов ведения бизнеса к цифровым, а также перенос значительной части конкурентных

преимуществ из офлайна в онлайн среду. Данные изменения в ведении бизнеса способствуют повышению производительности труда работников компании, приводят к росту благосостояния населения, развитию технологий в сфере ИТ. Иначе говоря, цифровая экономика сегодня – это экономическая активность, базирующаяся на разработке, использовании и распространении цифровых технологий и связанных с ними товаров и услуг [14]. Влияние цифровой экономики в первую очередь заметно в:

- 1) способах работы предприятий;
- 2) повседневной жизни, обучении и трудовой деятельности людей,
- 3) взаимодействии государства и граждан, включая предоставление важных услуг населению.

Плодами цифровизации в экономике мы пользуемся ежедневно, уже не представляя повседневной жизни без них. Это безналичная оплата покупок различными способами (через терминал, телефон, QR-коды), интернет-каталоги, программы лояльности, доставка и т.д.. Однако цифровизация, как и любые другие инструменты в экономике, имеет свои положительные и отрицательные стороны, которые необходимо учитывать.

Так, основными преимуществами цифровизации, на наш взгляд, можно назвать:

- 1) предложение товаров (услуг) возможно по низким ценам, что позволит максимально удовлетворить потребности покупателя;
- 2) использование цифровых технологий упрощает взаимодействие поставщиков и потребителей товаров (услуг) путем реализации товаров (оформления документов) через интернет;
- 3) активизируется создание новых стартапов, привлекающих инвестиции в проекты, связанные с цифровыми услугами и программным обеспечением. Это приводит к созданию новых рабочих мест и повышению производительности труда;
- 4) компании, перешедшие на электронный формат работы, отмечают снижение расходов за счет уменьшения затрат на маркетинг, продажу, логистику и транспорт при одновременном росте прямых продаж;
- 5) цифровые операции делают деятельность более прозрачной, поскольку налоговые органы оперативно получают информацию о покупках и продажах. Благодаря этому сокращается возможность ведения «черной бухгалтерии», что способствует борьбе с коррупцией и нечестными сделками;
- 6) производство страны становится более конкурентоспособным, а географические границы для ведения бизнеса расширяются.

Недостатки цифровизации заключаются в следующем:

- 1) появление новых возможностей для мошенничества, из-за чего требуется обеспечения информационной безопасности, включая защиту данных с юридической, технической, физической и криптографической сторон;
- 2) увеличение уровня структурной безработицы (несмотря на появление новых специальностей и рабочих мест) в связи с устареванием и невостребованностью некоторых профессий;
- 3) отсутствие необходимых разработок, препятствующее полному переходу на цифровые технологии и образующее технологический разрыв;
- 4) отсутствие постоянного доступа к интернету, создающее цифровой разрыв (не во всех населенных пунктах есть возможность предприятиям применять цифровые технологии – искусственный интеллект, big data, электронные кассы и т.п.);
- 5) опасность «цифрового рабства», ограничивающего свободу человека. Личные данные легко доступны, а действия и интересы отслеживаются. Человек становится объектом бизнеса, злоупотребляя при этом своим собственным временем и вниманием.

В современных условиях значительным критерием конкурентоспособности является использование цифровых технологий в деятельности торговых предприятий. Некоторые авторы предлагают рассматривать конкурентоспособность с позиции цифровизации экономики предприятия. Например, Н. Г. Багаутдинова и Р. А. Никулина рассматривают цифровую конкурентоспособность предприятия, то есть приспособление предприятия под внешние и внутренние обстоятельства в условиях высокой конкуренции при помощи имеющейся информации, знаний, технологий и т.д. [15]. В то же время А. В. Чураева считает, что конкурентоспособное предприятие обеспечивает себе рост прибыли и рентабельности за счет эффективной закупки, формирования и хранения товарных запасов, получение целевых показателей на потребительском рынке с условием использования современных цифровых технологий [16].

Таким образом, конкурентоспособность в нынешних реалиях можно определить как способность организаций вести успешную конкурентную борьбу с аналогичными предприятиями на рынке, используя при этом цифровые технологии и инструменты.

Изучив теоретическую основу, мы попытаемся определить значимость влияния цифровизации на деятельность торгового предприятия. Так, введение цифровых технологий помогло увеличить заинтересованность населения в предлагаемой продукции, что увеличило конкурентоспособность компаний на рынке.

Одним из наиболее значимых конкурентных преимуществ на рынке на данный момент можно назвать внедрение онлайн-продаж, что позволяет исключить надобность посещения физического магазина. Согласно данным Mediascope, в России интернетом пользуется 80% населения, при этом наиболее активной аудиторией является молодежь [17]. Согласно исследованию Topmarketplace, 46% городских жителей практически не посещают офлайн-магазины, предпочитая совершать все необходимые покупки в интернете. 37% респондентов посещают как интернет-магазины, так и обычные торговые точки, в то время как 17% заявили, что выбирают места покупок в зависимости от обстоятельств. Таким образом, видно, что наибольшее количество человек предпочитает совершать покупки в онлайн-формате [18]. Теперь если компания имеет доставку товара на дом, для потребителя это становится одним из ключевых факторов, почему стоит купить интересующий его товар именно у этого продавца, а не у его конкурента, не имеющего доставки. Онлайн-торговля помогает удовлетворить потребности наибольшей массы населения, за счет чего увеличивается и прибыль.

Внедрение касс самообслуживания уже является обыденной, но все же тенденцией цифровизации экономики, однако далеко не все торговые предприятия имеют в данный период такие кассы. Использование такого оборудования помогает компании повысить лояльность посетителей за счет сокращения времени, проведенного в очереди, сократить затраты на персонал, увеличить проходимость магазина, что, в свою очередь, положительно влияет на прибыль компании и, соответственно, на выделение средств на внедрение новых технологий в будущем [19]. Согласно исследованию компании Global Market Insights, рынок касс самообслуживания ожидает достичь объема в 4 млрд дол. к 2024 г. Успех этого рынка определяется удобным дизайном устройств и прогрессивными технологиями оплаты, такими как карты, NFC и мобильные платежи, согласно отчету исследователей [20].

Большое влияние на конкурентоспособность торговых предприятий оказала такая тенденция цифровизации, как автоматизация процессов, что позволило увеличить производительность труда, а также снизить расходы на прием заказов, их обработку, организацию доставки и многие другие [21, 22].

Тенденция развития цифрового маркетинга проявила себя в способности эффективного привлечения клиентов. Это сработало за счет внедрения программ,

способных собирать информацию о действиях потенциального покупателя на сайте компании, что помогло подобрать индивидуальный подход в создании предложений конкретному человеку в соответствии с его запросами и пожеланиями. То есть компания предлагает не направленную на всех информацию, а, к примеру, скидку на конкретный товар, товар-заменитель, промокод, «ограниченное предложение». Аналогичным образом работает программа лояльности через отслеживание покупок посредством использования дисконтных карт покупателями. Данные программы оказывают колоссальное влияние на конкурентное положение компании на рынке. Помимо довольно сложных в реализации программ в настоящее время компаниям важно продвигать свои предложения в социальных сетях. Значительная часть населения узнает информацию о каких-либо организациях из новостных лент. Это означает, что теперь выгодно создавать официальные страницы и вести интересный пользователям контент для привлечения их внимания. Организация обратной связи поможет в выстраивании личных контактов, что сработает еще и на повышении лояльности к бренду, магазину [22, 23].

Тенденция сотрудничества с компаниями присутствует как в физических, так и в интернет-магазинах. Однако реализация самого процесса имеет заметные отличия. С помощью цифровизации упростилась система получения выгоды от сотрудничества. К примеру, за онлайн-заказ на сайте магазина компания делает покупателю выгодные предложения, такие как скидка на товар у компаний-партнеров или на подписку на различные онлайн-кинотеатры и сервисы для прослушивания музыки. Данные предложения работают намного эффективнее, чем выдача физических индивидуальных купонов на скидку или раздача листовок с актуальными ценами компаний-партнеров.

Цифровизация экономики торговых предприятий играет ключевую роль в повышении их конкурентоспособности. В современном бизнесе, где технологические инновации и цифровые решения становятся все более важными, компании, которые успешно внедряют цифровые технологии, получают значительные преимущества перед конкурентами [24].

1. Цифровизация автоматизирует множество процессов на торговых предприятиях, что приводит к увеличению их эффективности. Внедрение цифровых технологий позволяет ускорить обработку заказов, оптимизировать управление складскими запасами и улучшить качество обслуживания клиентов. Это, в свою очередь, приводит к сокращению времени выполнения заказов, снижению затрат на складирование и улучшению уровня удовлетворенности клиентов.

2. Цифровизация экономики торговых предприятий дает шанс расширить рынки сбыта и привлечь новых клиентов. Благодаря использованию интернет-платформ и социальных сетей компании могут достигать гораздо большей аудитории, в том числе и за пределами своего региона. Это открывает новые возможности для роста продаж и развития бизнеса.

3. Цифровизации экономики торговых предприятий совершенствует аналитику. С помощью цифровых технологий компании могут собирать и анализировать большое количество данных о своих клиентах. Это помогает лучше понять их потребности и предпочтения, а также прогнозировать спрос на товары и услуги. Благодаря этому предприятия могут принимать более обоснованные решения, оптимизировать ассортимент и предлагать персонализированные предложения.

Наконец, цифровизация экономики торговых предприятий является одним из ключевых факторов повышения их конкурентоспособности. Компании, которые успешно внедряют цифровые технологии, могут оперативно реагировать на изменения рыночной ситуации, предлагать новые услуги и продукты, а также улучшать качество

обслуживания. Это позволяет им занять лидирующие позиции на рынке и выйти вперед.

В целом цифровизация экономики торговых предприятий играет важную роль в современном бизнесе. Она способствует повышению эффективности, расширению рынков сбыта, улучшению аналитики и конкурентоспособности. Поэтому компании, стремящиеся к успеху и развитию, должны активно внедрять цифровые технологии в свою деятельность.

Выводы и дискуссионные вопросы. Внедрение цифровых технологий позволяет автоматизировать процессы, улучшать обслуживание клиентов, расширять рынки сбыта и улучшать аналитику. Компании, успешно внедряющие цифровые решения, получают значительные преимущества перед конкурентами. Однако существуют и некоторые дискуссионные вопросы, связанные с цифровизацией торговых организаций.

Во-первых, не все компании готовы или способны внедрить цифровые технологии из-за высоких затрат на их разработку и внедрение. Это может создавать неравенство между компаниями и ограничивать доступ к цифровым решениям для некоторых предприятий.

Во-вторых, цифровизация может привести к увеличению рисков в области кибербезопасности. С увеличением использования цифровых технологий возрастает вероятность кибератак и утечек данных. Поэтому компании должны обеспечивать надежную защиту своих систем и информации.

Так же важен вопрос подготовки персонала. Внедрение цифровых технологий требует наличия специалистов, обладающих соответствующими знаниями и навыками. Компании должны инвестировать в обучение своих сотрудников и привлекать квалифицированных специалистов для успешного внедрения цифровых решений. Кроме того, цифровизация может вызывать определенные изменения в организации рабочих процессов и требовать адаптации персонала к новым условиям. Некоторым сотрудникам может быть сложно приспособиться к изменениям и использованию новых технологий. Поэтому компании должны проводить соответствующую работу по обучению и мотивации кадров.

В целом цифровизация экономики торговых предприятий имеет значительное влияние на их конкурентоспособность. Однако существуют и некоторые дискуссионные вопросы, связанные с доступностью цифровых технологий, кибербезопасностью, подготовкой персонала и адаптацией к новым условиям работы. Для успешного внедрения цифровых решений компании должны учитывать эти аспекты и проводить соответствующую работу, что будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятия на потребительском рынке.

Библиографический список

1. Абаева, Н. П. Конкурентоспособность организации [Текст] / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина. – Ульяновск: УлГТУ. – 2018. – 259 с.
2. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) [Текст] / А. К. Александров, В. М. Круглик, А. Н. Неделькин, О. А. Савчук; под общ. ред. В. М. Круглика. – Минск : Новое знание ; Москва : ИНФРА-М, 2020. – 285 с.
3. Андреева, А. Е. Многофакторный анализ конкурентоспособности предприятия [Текст] / А. Е. Андреева // Наука и бизнес: пути развития. – 2017. – № 3, С. 25–28.
4. Конкурентоспособность организаций и территорий [Текст] / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин, П. А. Костромин. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 375 с.

5. Быков, В. А. Управление конкурентоспособностью [Текст] / В. А. Быков, Е. И. Комаров. – Москва : Издательский Центр РИОР ; Москва : Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2018. – 242 с.
6. Белоусов, Ю. В. Методология определения цифровой экономики [Текст] / Ю. В. Белоусов, О. И. Тимофеева // Мир новой экономики. – 2019. – № 4. – С. 79–89.
7. Белоусов, Ю. В. Цифровая экономика: понятие и тенденции развития [Текст] // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2021. – № 1. – С. 26–43.
8. Печникова, Н. С. Конкуренция в условиях цифровой экономики: возможности и ограничения [Электронный ресурс] / Н. С. Печникова // E-Scio. – 2021. – № 11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki-vozmozhnosti-i-ogranicheniya> (дата обращения: 05.11.2023).
9. Ожегов, С. И. Словарь русского языка: Толковый словарь русского языка : 100000 слов, терминов и выражений [Текст] / С. И. Ожегов; под общ. ред. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – Москва : Мир и образование, 2015. – 1375 с.
10. Фазлиахметов, Р. Г. Инновации как способ повышения конкурентоспособности [Текст] / Р. Г. Фазлиахметов, Г. Я. Киперман // Креативная экономика. – 2014. – Том 8, № 3. – С. 58–74.
11. Брылев, А. А. Конкурентоспособность и агрострахование: монография [Текст] / А. А. Брылев, И. Н. Турчаева. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 232 с.
12. Рубин, Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции [Текст] / Ю. Б. Рубин. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Маркет ДС, 2007. – 480 с.
13. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: эксклюзивные технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности организации: теория, методика, практика [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – Москва : ЭКСМО, 2004. – 541 с.
14. Бабкин, А. В. Цифровая экономика и ее влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур [Текст] / А. В. Бабкин, О. В. Чистякова // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18, № 24. – С. 4087–4102.
15. Багаутдинова, Н. Г. Основы конкурентоспособности предприятия в условиях асимметричности информации в информационной экономике [Текст] / Н. Г. Багаутдинова, Р. А. Никулин // Казанский экономический вестник. – 2017. – № 1(27). – С. 30–35.
16. Чураева, А. В. Обзор теоретических подходов к определению конкурентоспособности фирмы [Текст] / А. В. Чураева // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2021. – Том 1, № 1. – С. 94–103. DOI: 10.17516/2782-2214-0009.
17. В среднем пользователи РФ проводят в интернете 3 часа 40 минут в день // Новости Timeweb Community [Электронный ресурс]. – URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/mediascope-v-srednem-polzovately-rf-provodyat-v-internete-3-chasa-40-minut-v-den> (дата обращения: 11.12.2023).
18. Исследование: 46% россиян не ходят в магазины и совершают все покупки в интернете // Газета.Ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2022/06/28/18018146.shtml?updated> (дата обращения: 11.12.2023).
19. Петрова, Л. А. Цифровые технологии в экономике и бизнесе [Текст] / Л. А. Петрова, Т. Е. Кузнецова // ЭТАП. – 2020. – № 2. – С. 74–89.
20. Self-Checkout System Market to cross \$10 Bn by 2030 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gminsights.com/pressrelease/self-checkout-system-market> (дата обращения: 11.12.2023).

21. Платунина, Г. П. Тренды в развитии цифровой экономики [Текст] / Г. П. Платунина, Д. С. Ермоленко // Экономика и качество систем связи. – 2021. – № 1. – С. 13–17.
22. Мусальников, Д. А. Конкурентоспособность предприятия. Факторы, пути повышения конкурентоспособности [Текст] / Д. А. Мусальников // Вопросы науки и образования. – 2019. – № 1. – С. 4–8.
23. Свалова, Ю. А. О развитии конкуренции в России в условиях цифровой экономики [Текст] / Ю. А. Свалова, Г. Н. Коннов // Российское конкурентное право и экономика. – 2020. – № 3(23). – С. 36–43.
24. Скляр, М. А. Цифровизация: основные направления, преимущества и риски [Текст] / М. А. Скляр, К. В. Кудрявцева // Экономическое возрождение России. – 2019. – № 3(61). – С. 103–114.

References

1. Abayeva, N. P., Starostina, T. G. (2018). Competitiveness of the organization. Ulyanovsk : UISTU, 259.
2. Alexandrov, A. K., Kruglik, V. M., Nedelkin, A. N., Savchuk, O. A. (2020). Competitiveness of an enterprise (firm). Minsk : New Knowledge ; Moscow : INFRA-M, 285.
3. Andreeva, A. E. (2017). Multifactorial analysis of enterprise competitiveness. Science and business: ways of development, 3, 25–28.
4. Antonov, G. D., Ivanova, O. P., Tumin, V. M., Kostromin, P. A. (2021). Competitiveness of organizations and territories. Moscow : INFRA-M, 375.
5. Bykov, V. A., Komarov, E. I. (2018). Competitiveness management. Moscow : RIOR Publishing Center; Moscow : INFRA-M, 242.
6. Belousov, Yu. V., Timofeeva, O. I. (2019). Methodology for determining the digital economy. The world of the new economy, 4, 79–89.
7. Belousov, Yu. V. (2021). Digital economy: concept and development trends. Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, 1, 26–43.
8. Pechnikova, N. S. (2021). Competition in the digital economy: possibilities and limitations. E-Scio, 11. [Electronic source]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentsiya-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki-vozmozhnosti-i-ogranicheniya> (Date of access: 05.11.2023).
9. Ozhegov, S. I. (2015). Russian Russian Dictionary: Explanatory dictionary of the Russian language: 100,000 words, terms and expressions [new edition]. Moscow : Mir I obrazovanie, 1375.
10. Fazliahmetov, R. G., Kiperman, G. Ya. (2014). Innovations as a way to increase competitiveness. Creative Economy, Vol. 8, No 3, 58–74.
11. Brylev, A. A., Turchayeva, I. N. (2020). Competitiveness and agricultural insurance. Moscow : INFRA-M, 232.
12. Rubin, Yu. B. (2007). Theory and practice of entrepreneurial competition. Moscow: Market DS, 480.
13. Fatkhutdinov, R. A. (2004). Managing the competitiveness of an organization: exclusive technologies for the formation of a strategy to increase the competitiveness of the organization: theory, methodology, practice. Moscow : EKSMO, 541.
14. Babkin, A. V., Chistyakova, O. V. (2017). Digital economy and its impact on the competitiveness of entrepreneurial structures. Russian Entrepreneurship, Vol. 18, No 24, 4087–4102.

15. Bagautdinova, N. G., Nikulin, R. A. (2017). Basis of competitiveness of an enterprise under conditions of asymmetric information in knowledge-based economy. *Kazan economic bulletin*, 1(27), 30–35.

16. Churaeva, A. V. (2021). Review of theoretical approaches to determining the competitiveness of a firm. *Trade, service, food industry*, Vol. 1, No 1, 94–103. DOI: 10.17516/2782-2214-0009.

17. On average, Russian users spend 3 hours and 40 minutes a day on the Internet. *Timeweb Community News*. [Electronic source]. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/mediascope-v-srednem-polzovateli-rf-provodyat-v-internete-3-chasa-40-minut-v-den> (Date of access: 11.12.2023).

18. Research: 46% of Russians do not go to the shops and make all purchases on the Internet. *Gazeta.Ru*. [Electronic source]. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2022/06/28/18018146.shtml?updated> (Date of access: 11.12.2023).

19. Petrova, L. A., Kuznetsova, I. E. (2020). Digital technologies in economics and business. *STAGE*, 2, 74–89.

20. Self-Checkout System Market to cross \$10 Bn by 2030. [Electronic source]. URL: <https://www.gminsights.com/pressrelease/self-checkout-system-market> (Date of access: 11.12.2023).

21. Platunina, G. P., Ermolenko, D. S. (2021). Trends in the development of the digital economy. *Economics and quality of communication systems*, 1, 13–17.

22. Musalnikov, D. A. (2019). Competitiveness of the enterprise. Factors, ways of increasing competitiveness. *Issues of science and education*, 1, 4–8.

23. Svalova, Yu. A., Konnov, G. N. (2020). On the development of competition in Russia in the digital economy. *Russian Competition law and Economics*, 3(23), 36–43.

24. Sklyar, M. A., Kudryavtseva K. V. (2019). Digitalization: main directions, advantages and risks. *The economic revival of Russia*, 3(61), 103–114.