

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-1-52-59>

Обзорная статья
УДК 658

Тенденции развития рынка розничной торговли в условиях цифровизации

М. А. Самохин

Аспирант,

makcsamohin@gmail.com

Кафедра менеджмента,

Московский финансово-промышленный университет Синергия,

Москва, Россия

Аннотация: В статье проводится анализ рынка розничной торговли с учетом того, что сейчас на современном этапе развития экономики актуальным являются цифровые инструменты и средства, помогающие повышать эффективность своей деятельности. Традиционные подходы к продвижению товаров, поиску клиентов и расширению географии продаж стали малоэффективными, так как общество находится на пути новой эпохи информатизации и доступности всевозможных онлайн-ресурсов. Сейчас не только крупные ритейлеры, но и мелкий бизнес активно переходят на современные цифровые инструменты.

Предметом исследования являются офлайн ритейлеры, предлагающие услуги торговли в онлайн режиме.

Методология исследования включает теоретический обзор с точки зрения научных подходов автора к пониманию сущности цифровизации и ее специфики в розничной торговле, также с помощью метода анализа исследуется динамика рынка розничной торговли в текущих условиях, метод сравнения позволяет оценить и сравнить главные показатели в этой сфере. С помощью метода обобщения делаются выводы и описываются результаты исследования относительно дальнейших тенденций.

Результаты исследования содержат обобщающие выводы, касающиеся тенденций дальнейшего развития цифровизации, внедрения инновационных инструментов в розничную сферу торговли. В качестве главной тенденции выделяется необходимость разработки новых бизнес-стратегий и подходов, необходимых для эффективной адаптации, гибкости и повышения уровня конкурентоспособности современного торгового рынка.

Ключевые слова: розничная торговля, цифровизация, ритейлеры, тенденции, технологии, рынок торговли.

Для цитирования: Самохин М.А. Тенденции развития рынка розничной торговли в условиях цифровизации. Путеводитель предпринимателя. 2025. Т. 18. № 1. С. 52–59. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-1-52-59>.

Review article

Trends in the development of the retail market in the context of digitalization

M. A. Samokhin

Postgraduate student,

makcsamohin@gmail.com

Department of Management,

Moscow University of Finance and Industry Synergy,

Moscow, Russia

Abstract: The article analyzes the retail market, taking into account the fact that digital tools and tools that help improve the efficiency of their activities are relevant at the current stage of economic development. Traditional approaches to product promotion, customer search, and expanding the geography of sales have become ineffective, as society is on the path to a new era of informatization and the availability of all kinds of online resources. Now not only large retailers, but also small businesses are actively switching to modern digital tools.

The subject of the study is offline retailers offering online trading services.

The research methodology includes a theoretical overview from the point of view of the author's scientific approaches to understanding the essence of digitalization and its specifics in retail trade, as well as using the analysis method to study the dynamics of the retail market in current conditions, the comparison method allows you to evaluate and compare the main indicators in this area. Using the generalization method, conclusions are drawn and the results of the study regarding further trends are described.

The results of the study contain generalizing conclusions regarding trends in the further development of digitalization and the introduction of innovative tools in the retail sector. The main trend highlights the need to develop new business strategies and approaches necessary for effective adaptation, flexibility and increased competitiveness of the modern trading market.

Keywords: retail, digitalization, retailers, trends, technologies, trade market.

For citation: Samokhin M.A. Trends in the development of the retail market in the context of digitalization. *Entrepreneur's Guide*. 2025. T. 18. № 1. P. 52–59. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-1-52-59>.

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что современное развитие экономики происходит в рамках серьёзной трансформации, вызванной стремительным внедрением и разработкой новейших технологий, цифровых ресурсов и средств. Предпочтения потребителей за последние четыре года также изменились, выдвигая новые требования к крупным ритейлерам и в целом к рынку розничной торговли.

Применение во всех сферах жизни информационных технологий стало главным условием поддержания конкурентоспособности компаний, функционирующих в сфере розничной торговли. Цифровизация деятельности рассматривается как главное условие формирования стабильного конкурентного преимущества торговых предприятий. Согласно многочисленным исследованиям экспертов, цифровизация — это основа для завоевания лидерских позиций на многообразном рынке товаров и услуг ¹.

В теоретическом контексте исследования и анализ розничной торговли показывают усовершенствование средств и методов для оценки эффективности использования новых технологий. Методы и инструменты продаж постоянно улучшаются, помогая создавать все более сложные системы для управления, отслеживания и предвидения будущих тенденций.

Зарубежный исследователь Д. Беккер выделил главный аспект цифровой трансформации. Автор пришел к мнению о том, что это активное внедрение «умных» систем, которые способствуют формированию взаимосвязей между «самостоятельно мыслящими» и сложноорганизованными элементами сети. Данный динамичный процесс характеризуется непрерывным увеличением роли искусственного интеллекта в создании избирательных связей между независимыми комплексными единицами. ²

Отечественный исследователь Попова Е.М. на современном этапе изучала цифровизацию в ритейле, обозначив термин как «совокупность традиционных розничных торговцев». В отличие от международной практики, где ритейл означает всю розничную торговлю, в России этот англоязычный термин используется преимущественно для обозначения сетевых торговых предприятий. ³

Другие отечественные исследователи Бахарев В.В., Митяшин Г.Ю. определили, что цифровая торговля — это процесс продажи товаров и услуг через электронные каналы, где покупатели могут приобретать необходимые им продукты в виртуальном пространстве. ⁴

Семенова А.А. считает, что современные розничные компании стремятся оптимизировать свою работу, и для этого они используют методы совершенствования коммуникации с клиента-

¹ Смотров Т. И., Наролина Т. С. Тенденции цифровизации в розничной торговле. *Экономинфо*. 2020. № 1. С. 55–60.

² Хачатурян М.В. Особенности цифровой трансформации управления инновационной деятельностью компаний. *Креативная экономика*. 2022. Том 16. № 2. С. 555–572. doi: 10.18334/ce.16.2.114165.

³ Попова Е. М. Становление и особенности развития российского продуктового ритейла: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Хабаровск: Хабаровская краевая типография. 2015. 24 с.

⁴ Бахарев В. В., Митяшин Г. Ю. Тенденции развития ритейла в России. *Экономический вектор*. 2020. № 3 (22). С. 54–60.

ми, осуществляют оптимизацию операционных затрат и модернизацию внутренних процессов организации. Успешная реализация этих задач позволяет торговым предприятиям существенно повысить эффективность своей деятельности и качество обслуживания конечных потребителей.⁵

В целом, можно сказать, что цифровизация ритейла основана на систематизации влияния технологических инноваций, общеэкономических трансформаций и изменениях в поведении потребителей. На рисунке 1 схематически представлены основные этапы эволюции.

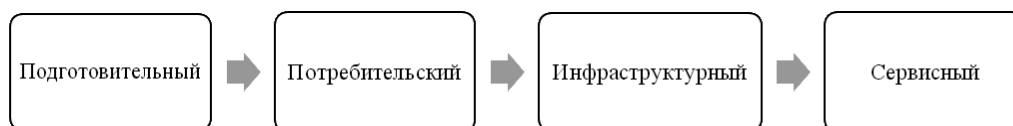


Рис. 1. Эволюция процесса цифровизации продовольственного ритейла России⁶

Каждый из этапов выделяется некоторыми особенностями. Так, на подготовительном этапе, который наблюдался в продовольственном ритейле с 2000 по 2008 годы, происходили технологии электронной коммерции и модернизация сетевой инфраструктуры. Потребительский этап происходил в период с 2009 по 2013 годы и отличался наличием технологий персонального помощника покупателя, а также стремительным распространением беспроводных и мобильных средств.⁷ Инфраструктурный этап, продолжавшийся до 2019 года, отличается использованием мобильных технологий, роботизацией складов. Сервисный этап, который продолжается и сейчас, характеризуется использованием искусственного интеллекта, наличием технологий смарт-контрактов и Big Data.

Результаты исследования

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики динамика изменения оборота розничной торговли в период с 2021 по 2023 годы показала существенный рост, о чем свидетельствуют сведения на рисунке 2.

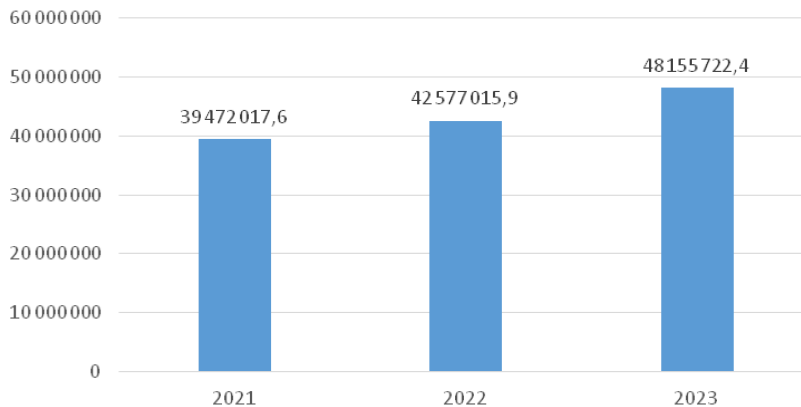


Рис. 2. Оборот розничной торговли, всего, млрд. руб., 2021–2023 гг.⁸

Стоит сказать, что розничная торговля показала значительный подъем и в 2024 году. Например, продажи непродовольственных товаров увеличились на 16%, продуктовый сегмент показал рост в 15%. В целом же розничный сектор торговли прибавил 15% к прошлогодним показателям.⁹

⁵ Семенова А. А. Будущее цифрового ритейла: тренды для инноваций. Петербургский экономический журнал. 2020. № 1. С. 64–69.

⁶ Разработано автором

⁷ Катасонов И.А. Цифровая трансформация розничной торговли: эффективность автоматизации и роботизации бизнес-процессов. Стратегические решения и риск-менеджмент. 2022. Т.13. №2. С. 160–170. <https://doi.org/10.17747/2618-947X-2022-2-160-170>.

⁸ Розничная торговля в России выросла на 6,5%. — Режим доступа: <https://sber.pro/publication/roznichnaya-torgovlya-v-rossii-viroslo-na-65/?ysclid=m60vjqhxdf962134865>. Дата обращения 06.01.2025.

⁹ Нитенко А.Х. Цифровая трансформация розничной торговли/Экономика и бизнес. 2024. № 10-2 (116). С. 6–9.

Важно отметить, что в 2024 году розничная сетевая торговля столкнулась с рядом серьезных проблем. Произошло усложнение системы маркировки товаров, начиная от велосипедов и текстиля и заканчивая консервированной продукцией, ветеринарными препаратами. Нехватка персонала и ужесточение государственного контроля создали дополнительную нагрузку на отрасль.

Но, несмотря на сложности, розничная торговля показала все же рост в объеме оборота. Важная задача для компаний-ритейлеров заключается в поддержании доступных цен для потребителей в условиях значительного увеличения затрат. Существенно возросли расходы на доставку товаров и финансовые операции, что оказывает давление на всю логистическую цепочку поставок.

На данный момент с точки зрения изучения тенденций, несмотря на отток потребителей в онлайн-сегмент, традиционный ритейл все еще также сохраняет устойчивые позиции. Высокие результаты показал российский FMCG-ритейл, в который входят крупнейшие розничные компании: X5 Group («Пятёрочка», «Перекрёсток», «Чижик» и др.), сеть «Магнит», Mercury Retail Group, «Лента», «Светофор», «Вкусвилл» и так далее. Их совокупная выручка составила 8 триллионов рублей за первые три квартала 2024 года. Согласно информации аналитиков СберИндекса, хотя и некоторые категории непродовольственных товаров испытывают давление со стороны маркетплейсов, но все-таки большинство товарных групп демонстрируют уверенный рост.¹⁰

С точки зрения цифровизации розничной торговли вышеперечисленные компании активно используют современные технологии и приложения, позволяющие совершать покупки в онлайн-режиме. Также компании с помощью цифровых инструментов эффективно управляют запасами, анализируют покупательское поведение, делая выгодные предложения. Так, на рисунке 3 можно увидеть долю продаж через Интернет в период с 2021 по 2023 годы.

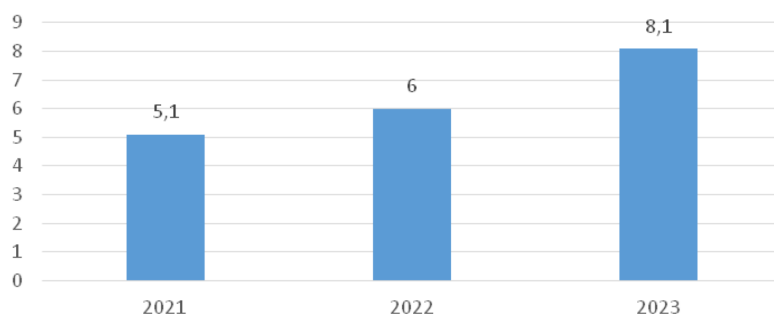


Рис. 3. Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли, %, 2021–2023 гг.¹¹

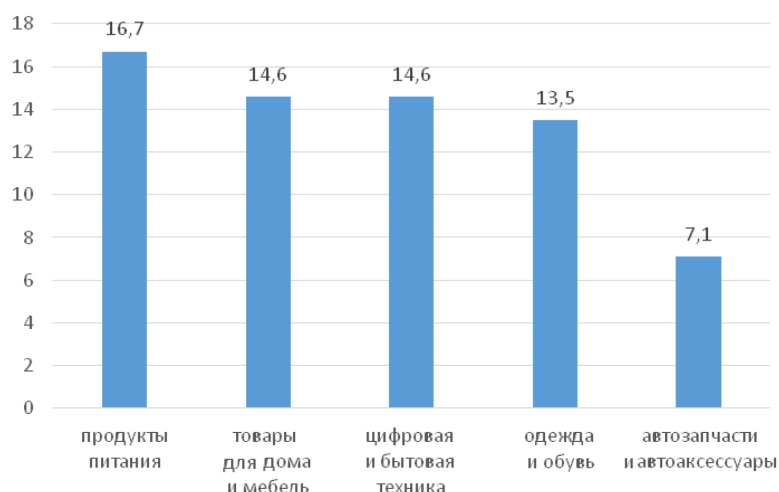
Лидирующие позиции и рост в сегменте онлайн-торговли показали несколько категорий товаров. Так, на первой позиции находятся продукты питания. Также высокие показатели характерны для товаров из категории мебели, цифровой и бытовой техники. Существенный прирост зафиксирован и в категории автомобильных комплектующих, где объемы выросли в 2,35 раза. Творческие принадлежности также показали значительный подъем, превысив прошлогодние показатели более чем в 2 раза. Далее на рисунке 4 можно увидеть данные, касающиеся доли товаров на российском рынке онлайн-торговли в 2024 году.

Среди современных технологий цифровизации ритейлеры применяют приложения в мобильных устройствах, модернизируют сетевую инфраструктуру, используют смарт-контакт с поставщиками, искусственный интеллект, виртуальную реальность и ряд других новшеств, распределение которых можно увидеть на рисунке 5.

Стоит сказать, что согласно последним наблюдениям, если в предыдущие годы компании розничной торговли активно внедряли цифровые инновации с минимальным технологическим

¹⁰ Ярцев М.М. Влияния трансформации потребительских предпочтений на развитие экономического механизма деятельности розничных сетей. Финансовые рынки и банки. 2024. № 7. С. 55–62.

¹¹ Цифровизация ритейла. — Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Цифровизация_ритейла._Обзор_TAdiviser_2023?ysclid=lnnrhvjkl463352131. Дата обращения: 07.01.2025.

Рис. 4 Доля товаров на российском рынке онлайн-торговли в 2024 году¹²Рис. 5. Цифровые технологии розничной торговли, доля в %¹³

превосходством, то сейчас ведущие ритейлеры практически исчерпали простые цифровые решения для укрепления рыночных позиций, оптимизации затрат и повышения доходности. В сфере розничной торговли наблюдалось удорожание процессов цифровой трансформации при одновременном снижении темпов качественной цифровизации. На эту динамику повлияли факторы, аналогичные тем, что влияли на весь сектор в целом.

В современных условиях ритейл активно развивает производство товаров под собственными брендами. Для управления этим процессом требуются специализированные технологические решения, автоматизирующие весь производственный цикл, начиная с планирования и заканчивая взаимодействием с подрядчиками.

Внедрение инновационных технологий стало более рациональным взвешенным и каждое новое решение проходит серьезное тестирование в экспериментальных магазинах и лабораториях.¹⁴

¹² Разработано автором.

¹³ Кутяшова Е.В., Скобелева О.А. Перспективы развития розничной торговли России. Экономика и право. 2024. Т. 34. В. 1. С. 28–33.

¹⁴ Калашников Н.А. Современные направления цифровой трансформации систем управления российских ритейлеров. Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции: «Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов», Москва, 2 марта 2022 г. — М.: ООО «ИРОК», 2022. С. 263–270.

Только после подтверждения реальной эффективности технология может быть внедрена. Такой подход хоть и замедляет процесс цифровизации, но делает его более качественным. Например, в 2023 году российские платежные системы эффективно заместили зарубежные аналоги. Розничная торговля активно осваивает разнообразные способы оплаты. Речь идет классических картах, биометрии и QR-кодах. Сейчас данные средства активно используются во всех торговых сферах.

Важным приоритетным направлением для магазинов стала именно оптимизация платежного процесса, его синхронизация с системами лояльности и идентификация клиентов.¹⁵ Также важно заметить, что 2024 год характеризуется усилением государственного контроля за товарными потоками, повышенным вниманием к информационной защищенности и отказоустойчивости систем.

Итак, исходя из всего сказанного ранее, в розничной торговле наметились следующие серьезные тенденции. Во-первых, стремительный рост электронной коммерции. Так, например, за 2024 год члены Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) отмечают рост digital-продаж на 40%. Особенно показателен пример X5 Group, чьи цифровые сервисы смогли нарастить оборот на внушительные 81%. При этом служба доставки становится одним из самых перспективных направлений бизнеса.¹⁶

Вторым важным трендом является активное расширение товарного разнообразия, особенно за счет региональных производителей. Российский рынок пополнился более чем 3300 единиц новыми брендами только за первые шесть месяцев 2024 года. Показательным примером является ситуация в Нижнем Новгороде, где крупная федеральная сеть провела модернизацию всех супермаркетов, включив в ассортимент свыше 800 наименований от местных производителей. Этот подход планируется распространить на всю сеть магазинов.

Еще одной тенденцией является то, что магазины в шаговой доступности формата «ultra-convenience» демонстрируют наибольшую динамику развития среди всех торговых форматов. Такие данные приводит АКОРТ. Согласно статистике ТАСС, товары под собственными торговыми марками составляют уже 22% от общего объема продаж в продуктовом ритейле.

Магазин «Магнит», оценивая сегмент небольших магазинов в 12% российского продовольственного рынка, активно развивает сеть компактных торговых точек. В них представлен тщательно отобранный ассортимент наиболее популярных товаров. Как сообщают представители компании, тестовые магазины показывают многообещающие результаты, что подтверждает перспективность данного направления.

Также еще одной важной тенденцией можно считать активное использование аналитики больших данных с целью глубокого понимания потребительских предпочтений, которые основаны на истории покупок, поведении клиентов. Современные модели торговли, объединяющие онлайн и офлайн каналы, станут в дальнейшем стандартным решением, которое позволит использовать опции «клик-и-собери», «клик-и-доставь».

В целом торговые предприятия продолжают поиск возможностей сотрудничества с другими брендами и компаниями для расширения ассортимента, улучшения клиентского опыта.

Заключение

Таким образом, подводя итог, можно сделать ряд выводов. В первую очередь, опираясь на проведенный анализ розничного ритейла можно сказать, что торговая сфера всеми видами товаров показала за последние годы существенный рост. Цифровизация розничной торговли стала главным инструментом в серьезной трансформации отрасли, а также в потребительском поведении. Крупнейшие компании демонстрируют способность к внешним изменениям, адаптируя свою деятельность под конкурентоспособный требовательный рынок. Определено, что в основе успеха ритейла лежит смещение фокуса на потребителя, его пожеланиях, вкусах, поведении и предпочтениях. Интеграция онлайн и офлайн продаж позволит в дальнейшем создать новые возможнос-

¹⁵ Еремеева Н.В., Панюкова В.В. Перспективные направления исследования розничной торговли: цифровизация и уникальность. Экономические системы. 2020. № 4. С. 161–170.

¹⁶ Региональная е-кспансия. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/7432787?ysclid=m61vlxzakw510019557>. Дата обращения 07.01.2025.

ти для взаимодействия с покупателями, а автоматизация процессов существенно сократит ошибки в выполнении рутинных задач. Также проанализировано, что последний год даже небольшие магазины переходят на современные платежные системы, развивая тем самым технологии бесконтактных покупок.

Список литературы

1. Бахарев В.В., Митяшин Г.Ю. Тенденции развития ритейла в России. Экономический вектор. 2020. № 3 (22). С. 54–60.
2. Еремеева Н.В., Панюкова В.В. Перспективные направления исследования розничной торговли: цифровизация и уникальность. Экономические системы. 2020. № 4. С. 161–170.
3. Катаронов И.А. Цифровая трансформация розничной торговли: эффективность автоматизации и роботизации бизнес-процессов. Стратегические решения и рискменеджмент. 2022. Т. 13. № 2. С. 160–170. <https://doi.org/10.17747/2618-947X-2022-2-160-170>.
4. Кутяшова Е.В., Скобелева О.А. Перспективы развития розничной торговли России. Экономика и право. 2024. Т. 34. В. 1. С. 28–33.
5. Калашников Н.А. Современные направления цифровой трансформации систем управления российских ритейлеров. Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции: «Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов», Москва, 2 марта 2022 г. — М.: ООО «ИРОК», 2022. С. 263–270.
6. Минов А., Кирюшин С., Борисов Е. Цифровизация и цифровая трансформация. — Режим доступа: https://4cio.ru/content/Цифровизация%20и%20цифровая%20трансформация%20-%203_os.pdf. Дата обращения: 15.01.2025.
7. Нитенко А.Х. Цифровая трансформация розничной торговли. Экономика и бизнес. 2024. № 10-2 (116). С. 6–9.
8. Попова Е.М. Становление и особенности развития российского продуктового ритейла: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Хабаровск: Хабаровская краевая типография. 2015. 24 с.
9. Семенова А.А. Будущее цифрового ритейла: тренды для инноваций. Петербургский экономический журнал. 2020. № 1. С. 64–69.
10. Смотрова Т.И., Наролина Т.С. Тенденции цифровизации в розничной торговле. Экономинфо. 2020. № 1. С. 55–60.
11. Хачатурян М.В. Особенности цифровой трансформации управления инновационной деятельностью компаний. Креативная экономика. 2022. Том 16. № 2. С. 555–572. doi: 10.18334/ce.16.2.114165.
12. Ярцев М.М. Влияния трансформации потребительских предпочтений на развитие экономического механизма деятельности розничных сетей. Финансовые рынки и банки. 2024. № 7. С. 55–62.
13. Региональная е-кспансия. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/7432787?ysclid=m61vlxakw510019557>. Дата обращения 07.01.2025.
14. Розничная торговля в России выросла на 6,5%. — Режим доступа: <https://sber.pro/publication/roznichnaya-torgovlya-v-rossii-viroslo-na-65/?ysclid=m60vjqhxdf962134865>. Дата обращения 06.01.2025.
15. Цифровизация ритейла. — Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Цифровизация_ритейла._Обзор_TAdiviser_2023?yscli=d=lnnrlhvjkl463352131. Дата обращения: 07.01.2025.

References

1. Bakharev V.V., Mityashin G.Y. Retail development trends in Russia. Economic vector. 2020. No. 3 (22). Pp. 54–60.
2. Eremeeva N.V., Panyukova V.V. Promising areas of retail trade research: digitalization and uniqueness. Economic systems. 2020. No. 4. Pp. 161–170.
3. Katasonov I.A. Digital transformation of retail trade: efficiency of automation and robotization of business processes. Strategic solutions and risk management. 2022. Vol. 13. No. 2. Pp. 160–170. <https://doi.org/10.17747/2618-947X-2022-2-160-170>.
4. Kutyashova E.V., Skobeleva O.A. Prospects for the development of retail trade in Russia. Economics and law. 2024. Vol. 34. V. 1. Pp. 28–33.
5. Kalashnikov N.A. Modern directions of digital transformation of management systems of Russian retailers. Collection of articles of the VIII International Scientific and Practical Conference: «Actual problems of society, economics and law in the context of global challenges», Moscow, March 2, 2022, LLC «IROK». Pp. 263–270.

6. Minov A., Kiryushin S., Borisov E. Digitalization and digital transformation. — Access mode: [https://4cio.ru/content/Цифровизация%20и%20цифровая%20transformation %20-%203_os.pdf](https://4cio.ru/content/Цифровизация%20и%20цифровая%20transformation%20-%203_os.pdf). Date of access: 01/15/2025.
7. Nitenko A.H. Digital transformation of retail trade. Economics and business. 2024. No. 10-2 (116). Pp. 6–9.
8. Popova E.M. Formation and features of the development of Russian grocery retail: abstract of the thesis for the degree of Candidate of Economic Sciences. Khabarovsk: Khabarovsk Regional Printing House. 2015. 24 p.
9. Semenova A.A. The future of digital retail: trends for innovation. St. Petersburg Economic Journal. 2020. No. 1. Pp. 64–69.
10. Smotrova T. I., Narolina T. S. Trends of digitalization in retail trade. Econominfo. 2020. No. 1. Pp. 55–60.
11. Khachaturyan M.V. Features of digital transformation of management of innovative activity of companies. Creative economy. 2022. Volume 16. No. 2. Pp. 555–572. doi: 10.18334/ce.16.2.114165.
12. Yartsev M.M. The impact of the transformation of consumer preferences on the development of the economic mechanism of retail chains//Financial markets and banks. 2024. No. 7. Pp. 55–62.
13. Regional e-expansion. — Access mode: <https://www.kommersant.ru/doc/7432787?ysclid=m61vlxzakw510019557>. Accessed 07.01.2025.
14. Retail trade in Russia increased by 6.5%. — Access mode: [https://sber.pro/publication/roznichnaya-torgovlya-v-rossii-viroslo-na-65 /?ysclid=m60vjqhxdf962134865](https://sber.pro/publication/roznichnaya-torgovlya-v-rossii-viroslo-na-65/?ysclid=m60vjqhxdf962134865). The date of the request is 06.01.2025.
15. Digitalization of retail. — Access mode: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Digitalization_rytail._view_tadviser_2023?ysclid=lnnrhvjkl463352131. Date of request: 07.01.2025.

Статья поступила в редакцию 17.01.2025; одобрена после рецензирования 05.02.2025; принята к публикации 10.02.2025.

The article was submitted 17.01.2025; approved after reviewing 05.02.2025; accepted for publication 10.02.2025.