

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-2-56-63>



Обзорная статья / Review article

УДК 658: 65.011.56

Оценка влияния цифровых технологий на конкурентоспособность рынка розничной торговли

М. А. Самохин

Аспирант

maksamohin@gmail.com

Кафедра менеджмента,

Московский финансово-промышленный университет Синергия,

Москва, Россия

Аннотация: В статье рассматривается специфика цифровых технологий в контексте развития торговой отрасли, в частности розницы. Делается акцент на том, что в условиях цифровизации рынок розничной торговли претерпел существенные изменения, перестроив свои методы и подходы на новые технологические пути. В теоретической части работы описываются различные подходы к пониманию сущности конкурентоспособности в условиях цифровизации.

Целью статьи является проведение комплексной оценки влияния цифровых технологий на конкурентоспособность рынка розничной торговли. В текущих условиях развития экономики и большого ассортимента товаров сложно поддерживать достойный уровень конкурентоспособности, в связи с чем требуется глубокий анализ новых методов оценки.

Предметом исследования выступают цифровые технологии, способные существенно влиять на розничную торговлю.

Методы, которые были использованы в работе, включают теоретический анализ, метод статистики, количественные методы, метод дедукции и обобщения полученных результатов.

Результаты работы подчеркивают значимость и роль инструментов цифровизации, таких как искусственный интеллект, большие данные, аналитика, интернет вещей, в реализации стратегий розничной торговли. Современные предприятия должны больше уделять внимание данному аспекту, так как технологии помогут им повысить эффективность, конкурентоспособность и адаптивность своей операционной деятельности.

Ключевые слова: цифровизация, технологии, искусственный интеллект, розничная торговля, конкурентоспособность.

Для цитирования: Самохин М.А. Оценка влияния цифровых технологий на конкурентоспособность рынка розничной торговли. Путеводитель предпринимателя. 2025. Т. 18. № 2. С. 56–63. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-2-56-63>.

Assessment of the impact of digital technologies on the competitiveness of the retail market

M. A. Samokhin

Postgraduate student

maksamohin@gmail.com

Department of Management,

Moscow University of Finance and Industry Synergy,

Moscow, Russia

Abstract: The article examines the specifics of digital technologies in the context of the development of the trade industry, in particular retail. The emphasis is placed on the fact that in the context of digitalization, the retail market has undergone significant changes, having restructured its methods and approaches to new technological ways. The

theoretical part of the paper describes different approaches to understanding the essence of competitiveness in the context of digitalization.

The purpose of the article is to conduct a comprehensive assessment of the impact of digital technologies on the competitiveness of the retail market. In the current conditions of economic development and a large range of goods, it is difficult to maintain a decent level of competitiveness, which requires an in-depth analysis of new assessment methods.

The subject of the study is digital technologies that can significantly affect retail trade.

The methods used in the work include theoretical analysis, statistical method, quantitative methods, method of deduction and generalization of the obtained results.

The results of the work emphasize the importance and role of digitalization tools such as artificial intelligence, big data, analytics, and the Internet of Things in the implementation of retail strategies. Modern enterprises should pay more attention to this aspect, as technology will help them improve the efficiency, competitiveness and adaptability of their operations.

Keywords: digitalization, technology, artificial intelligence, retail trade, competitiveness.

For citation: Samokhin M.A. Trends in the development of the retail market in the context of digitalization. *Entrepreneur's Guide*. 2025. T. 18. № 2. P. 56–63. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-2-56-63>.

Введение

Актуальность темы объясняется тем, что в условиях цифровизации экономики происходят процессы, связанные с переходом на новый этап развития всех сфер деятельности, особенно рынка торговли. В связи с этим существенно меняются предпочтения потребителей, повышается уровень конкуренции между предприятиями торговой сферы, что вынуждает их искать новые пути взаимодействия с клиентами. Конкурентная среда и внешние факторы влияют на компании розничной торговли, создавая как новые перспективы, так и потенциальные риски.

В условиях жесткой конкуренции классические инструменты и средства стали неэффективными, поэтому необходимо опережать среднерыночную динамику и показатели основных соперников, чтобы увеличивать свою долю на рынке. На каждом этапе деятельности предприятий становится особо важным выпускать качественную продукцию и наращивать производственные показатели. Постоянное улучшение конкурентных преимуществ позволит бизнесу оставаться устойчивым и успешным в долгосрочной перспективе.¹

В рамках повышения конкурентоспособности цифровые технологии стали главным инновационным решением на рынке розничной торговли. Предприятия данной сферы, которые смогли оперативно реагировать на изменения рынка, имеют наилучшие возможности с точки зрения конкурентных преимуществ. Главным аспектом к лидерству в отрасли становится умение предсказывать запросы клиентов, касающиеся сервиса и товаров. При этом динамичная среда, несмотря на свою непредсказуемость, создает благоприятные условия для развития через внедрение инновационных решений.²

Кроме этого после пандемии коронавируса и в период введения санкций произошла существенная трансформация потребительского поведения. Повсеместное распространение цифровизации в различных областях жизни и неограниченный доступ к информационным ресурсам изменили требования клиентов к качеству обслуживания. Введенные санкции, растущая инфляция и ограничительные меры создали непростую ситуацию на рынке розничной торговли, где усилилась борьба за покупателя. На сегодняшний день современный потребитель формирует единые стандарты качества товаров и сервиса. Он опирается на свой опыт взаимодействия с цифровыми технологиями. Изменение покупательских предпочтений и возросшая осведомленность клиентов стали главными факторами, определяющими развитие розничной торговли.

¹ Кузин А.В. Проблемы и перспективы конкуренции торговых сетей. *Маркетинг*. 2020. № 1. С. 25–28.

² Удальцова Н.Л. Цифровая трансформация и новые формы бизнеса в розничной торговле. *Региональная и отраслевая экономика*. 2023. № 2 (219). С. 151–158.

С теоретической точки зрения понятие конкурентоспособности многоаспектно и имеет разные подходы. Например, исследователь Ежова В.А. определяет ее как возможность компании генерировать прибыль.³ В свою очередь, другой исследователь Пармененков К.Н. представляет более развернутую концепцию, рассматривая конкурентоспособность в рамках рыночного соперничества. По его мнению, это явление характеризуется противостоянием экономических субъектов, где одни становятся победителями, а другие проигравшими. Исследователь подчеркивает, что в основе такого соперничества лежит законное право участников рынка реализовывать свой потенциал, что неминуемо ведет к конфликту предпринимательских интересов и целей.⁴

Что касается торговой сферы, то на конкурентоспособность оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы. Они в большей степени воздействуют на способность торговых предприятий конкурировать на рынке. Благодаря особенностям торговой деятельности в сфере потребительских товаров, компании могут развивать множество конкурентных преимуществ. Грамотное использование этих преимуществ не только обеспечивает стабильные конкурентные позиции, но и позволяет стимулировать потребительский интерес к продуктам и сервисам компании, тем самым увеличивая спрос среди целевой аудитории.

Так как рынок розничной торговли стремительно развивается, то стоит сказать, что главным инструментом конкурентных преимуществ выступают именно цифровые технологии и системы, способные объединять всех участников данного процесса.⁵ На рисунке 1 можно увидеть главные направления, характеризующие современные инновационные процессы розничной торговли.

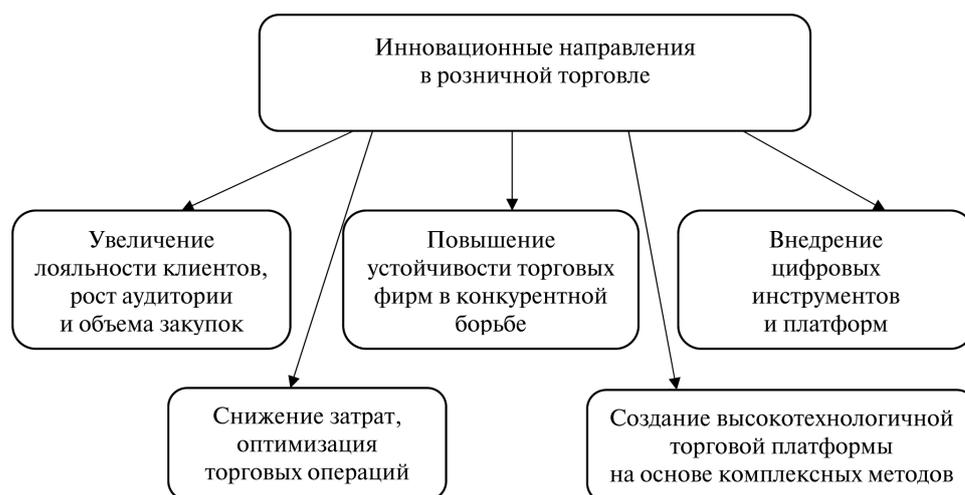


Рис. 1. Иновационные направления в розничной торговле⁶

В целом, можно сказать, что конкурентоспособный рынок ориентирован на потребности клиентов. Благодаря цифровым средствам предприятия могут комплексно подходить к своей деятельности, которая, в свою очередь, нуждается в оценке с целью разработки дальнейших стратегических решений.

Материалы и методы исследования

Материалами исследования послужили статистические данные с сайта Росстат, а также официальные отчеты по динамике и состоянию розничной торговли. Методы, которые были исполь-

³ Ежова В.А. Теория отраслевых рынков: учебное пособие. – СПб., СПбГТУРП, 2015. 40 с.

⁴ Пармененков, К.Н. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России: монография / К.Н. Пармененков. – Москва: ИНФРА-М, 2022. 80 с.

⁵ Паскова А.А. Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии. Новые технологии. 2020. Т. 16, № 6. С. 123–131.

⁶ Составлено автором.

зованы в работе, включают в себя, теоретический анализ, метод статистики, метод дедукции и обобщения полученных результатов.

Результаты и обсуждения

Как известно, за последние пять лет рынок розничной торговли претерпел серьёзные изменения, обусловленные, в первую очередь, пандемийным периодом, когда большинство магазинов перешли практически на онлайн продажи. Руководители крупнейших ритейлов вынуждены были перестроиться на новые пути и направления в сфере продаж, так как традиционные методы потеряли свою эффективность. Затем в начале 2022 года рынок торговли снова столкнулся с серьезными проблемами, вызванными многочисленными санкциями и ограничениями. Большинство зарубежных компаний ушло с российского рынка и производители стали разрабатывать иные стратегии торговли. За последние пару лет розничная торговля смогла, главным образом, перестроиться за счет внедрения новейших методов и технологий, позволяющих не только продвигать товар на новые рынки, но и выдерживать жесткую конкуренцию.

Если анализировать розничную торговлю, то можно увидеть, что в категории товаров одежды и обуви, магазины, которые обычно работают как монобрендовые точки, отсутствует конкуренция между ритейлером и производителем. Это объясняется тем, что они сотрудничают с внешними поставщиками на основе контрактного производства. Интернет-магазины также не имеют такой проблемы благодаря неограниченному виртуальному пространству, позволяющему удовлетворять потребности как продавцов, так и покупателей. Рынок электронной коммерции за 2022–2024 годы нарастил особую популярность, благодаря своим преимуществам, показав положительные результаты в продажах.⁷

Что касается продуктового ритейла, то стоит сказать, что торговые сети могут вступать в прямую конкуренцию с поставщиками, выпуская продукцию под собственными торговыми марками для реализации в своих точках продаж.⁸ То есть проблема конкуренции между ритейлером и производителем актуальна преимущественно для продовольственного сектора, где сети активно развивают собственные бренды. На рисунке 2 представлен оборот розничной торговли в целом с 2019 по 2025 годы.



Рис. 2. Оборот розничной торговли, трлн. руб., 2021–2025 гг.⁹

Так, согласно отчету Росстата, опубликованному в начале 2025 года, российский ритейл показал значительный подъем. Совокупный объем розничных продаж достиг отметки в 55,59 триллиона рублей, превысив показатели предыдущего года на 7,2%.¹⁰

Декабрь 2024 года характеризуется тем, что оборот розничной торговли составил 5,67 трлн. рублей, что на 5,2% больше, чем годом ранее. Интересным фактом является то, что произошло изменение структуры торговли, то есть доля традиционных рынков и ярмарок сократилась с 4,3%

⁷ Объем продаж онлайн-торговли России в I полугодии вырос на 20%. — Режим доступа: <https://fas.gov.ru/srv/pode/620>. Дата обращения 28.02.2025.

⁸ Федотов А.Н. Особенности организации маркетинга сетевого продуктового ритейла в условиях новых торговых форматов. Электронный научный журнал Байкальского государственного университета. 2021. Т. 12. № 1. 10 с.

⁹ Розничная торговля и общественное питание — Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>. Дата обращения 28.02.2025.

¹⁰ Там же.

до 3,8% по сравнению с 2023 годом. Основными драйверами роста выступили организованные торговые сети и частные предприниматели, работающие вне рыночных площадок. Так их совокупная доля в общем обороте составила 96,2%.¹¹

В связи с тем, что изменился контекст направлений развития розничной торговли, наблюдается серьезная конкурентная борьба. В таких условиях торговые предприятия ориентируются на цифровизацию и технологические инновации. Благодаря современным цифровым решениям торговый бизнес получает возможность привлекать покупателей уникальным опытом, основанным на передовых технологиях.¹² Внедрение цифровых инструментов помогает компаниям оперативно адаптироваться к переменам на рынке и поддерживать конкурентные преимущества. При этом технологическая трансформация позволяет найти баланс между сокращением издержек и сохранением высоких стандартов обслуживания клиентов. Такие инструменты как искусственный интеллект, роботизация и аналитика данных стали главными элементами в формировании компаний нового типа.¹³ Торговые ритейлеры строят свою деятельность на основе информационно-ориентированного подхода к управлению. Одновременно с этим развивались технологии периферийной обработки данных и интернета вещей, что позволило не только ускорить процесс получения потребительской информации, но и существенно повысить её детализацию. На рисунке 3 представлена информация, касающаяся профиля инвестирования розничных сетей в развитие цифровых технологий в 2023 году. Согласно данным рисунка 3, наибольший процент инвестирования связан с аналитикой и использованием искусственного интеллекта, также актуальным является применение блокчейн технологий.

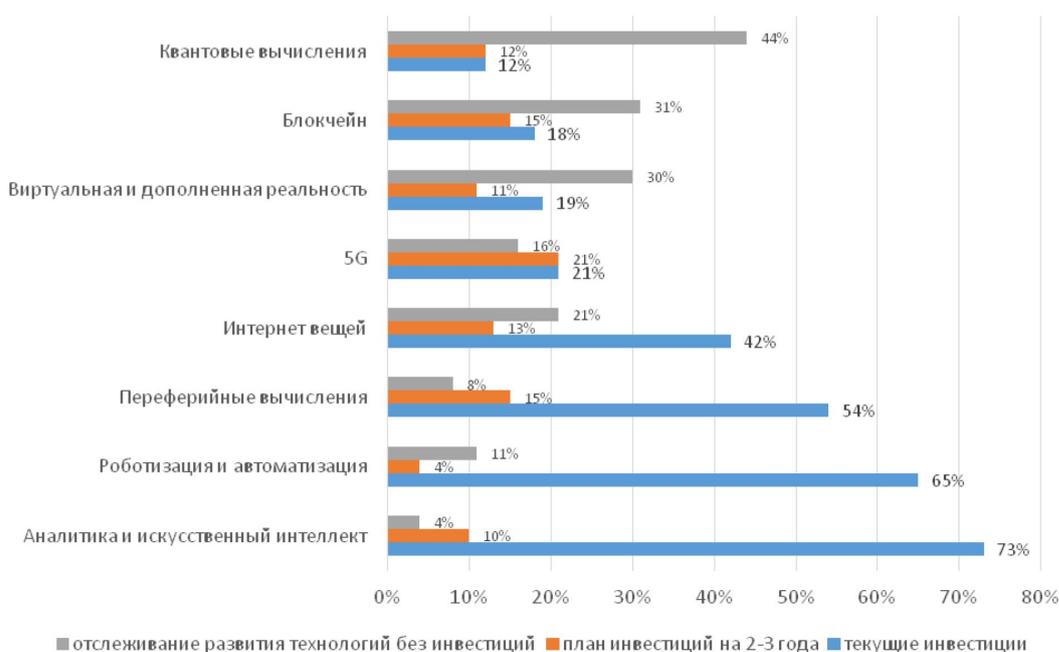


Рис. 3. Профиль инвестирования розничных сетей в развитие цифровых технологий в 2023 г.¹⁴

¹¹ О ЧЕМ ГОВОРЯТ ТРЕНДЫ. Макроэкономика и рынки. Бюллетень. Департамента исследований и прогнозирования. — Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/54902/bulletin_24-08.pdf. Дата обращения 27.02.2025.

¹² Паскова А.А. Интеграция технологий искусственного интеллекта и промышленного Интернета вещей. Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 4-2. С. 607–612.

¹³ Буянов А.С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли. Human Progress. 2022. Т. 8, № 3. С. 5.

¹⁴ Спиридонов С. Повышение конкурентоспособности организации и качества ее продукции за счет внедрения цифровых технологий / С. Спиридонов, А. Спиридонова. — Текст : электронный. Роль технического регулирования и стандартизации в эпоху цифровой экономики : сборник статей участников V Международной научно-практической конференции молодых ученых (Екатеринбург, 2 ноября 2023 г.). — Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2023. С. 177–185.

В последний год для повышения конкурентоспособности торговые розничные предприятия активно применяют такие отдельные инновационные решения, как технологии дополненной реальности, трехмерную печать. Данные инновации способны радикально трансформировать покупательский опыт, предоставляя бизнесу значительное преимущество перед конкурентами¹⁵. При этом технология блокчейн играет особую роль в формировании доверительных отношений между покупателем и торговой сетью, гарантируя надежную защиту пользовательских данных. Основное же число внедряемых цифровых инноваций ориентировано на оптимизацию процесса покупки и совершенствовании клиентского сервиса в точках продаж¹⁶.

Итак, в целом на основе проведенного исследования можно предложить схему, описывающую влияние цифровых технологий в розничной торговле на конкурентоспособность (рис. 4).

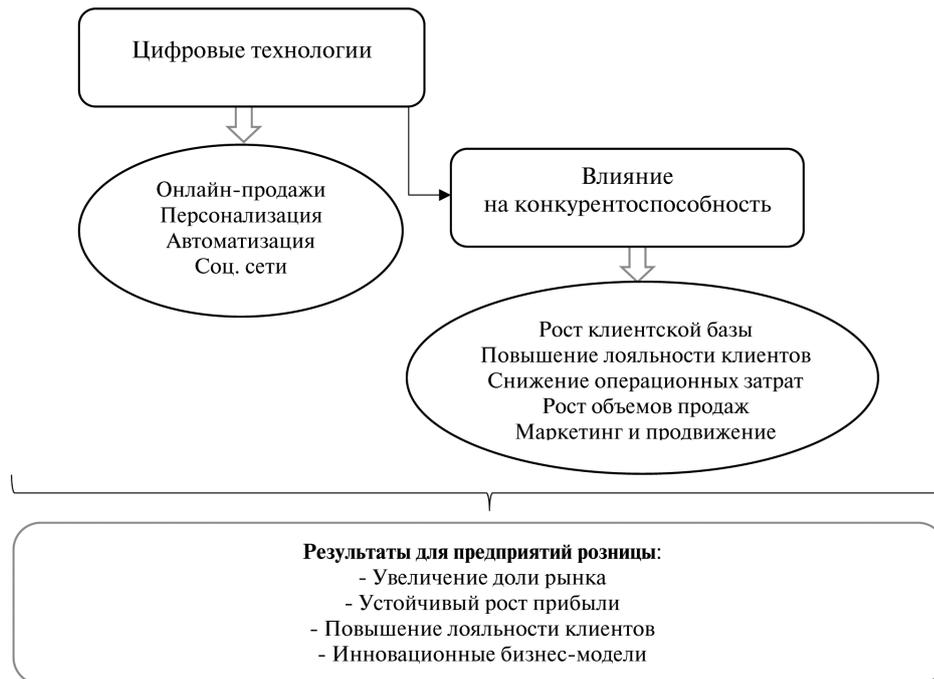


Рис. 4. Схема влияния цифровых технологий на конкурентоспособность в розничной торговле.¹⁷

Итак, данная схема показывает значимость и роль внедрения инновационных решений, средств и инструментов цифровизации в систему розничной торговли, охватывающей различные сектора предпринимательства и взаимодействия. Предприятия розничной торговли, используя те или иные цифровые технологии, получают возможность влиять на основные показатели в виде улучшения клиентской базы, удовлетворенности и затраты.

Заключение

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что цифровые решения в современном мире обладают большим числом преимуществ, которые существенно упрощают работу крупнейших предприятий торговой сферы за счет сокращения времени на ошибки, оптимизацию, обработку больших массивов данных и аналитику. Новейшие инструменты перестраивают рынок электронной коммерции на новый путь развития, образуя тем самым единую систему взаимодействия поставщиков, посредников, продавцов и покупателей на основе цифровых платформ, где клиенты получают возможность не просто видеть товар в онлайн режиме, но и следить за трендами, изучать отзывы и мнения от других покупателей. Такой современный подход в перспективе станет

¹⁵ Петров И.А. Дополненная реальность в российской розничной торговле: новые грани взаимодействия с покупателем. Экономические науки. 2024. № 7 (236). С. 196–200.

¹⁶ Дажина А. Н., Шпенглер А. В. AR-технологии в ритейле: тенденции и перспективы. Вектор экономики. 2021. 12. 6 с.

¹⁷ Разработано автором.

решающим для повышения уровня конкурентоспособности предприятий, а также более точного прогнозирования спроса и потребительского предпочтения.

Список литературы

1. Буянов А.С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли. *Human Progress*. 2022. Т. 8, № 3. С. 5.
2. Дажинова А.Н., Шпенглер А.В. AR-технологии в ритейле: тенденции и перспективы. *Вектор экономики*. 2021. № 12. 6 с.
3. Ежова В.А. Теория отраслевых рынков: учебное пособие. — СПб.: СПбГТУРП, 2015. 40 с.
4. 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.
5. Кузин А.В. Проблемы и перспективы конкуренции торговых сетей. *Маркетинг*. 2020. № 1. С. 25–28.
6. Пармененков, К.Н. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России: монография / К.Н. Пармененков. — Москва: ИНФРА-М, 2022. 80 с.
7. Паскова А.А. Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии. *Новые технологии*. 2020. Т. 16, № 6. С. 123–131.
8. Паскова А.А. Интеграция технологий искусственного интеллекта и промышленного Интернета вещей. *Вопросы устойчивого развития общества*. 2020. № 4-2. С. 607–612.
9. Петров И.А. Дополненная реальность в российской розничной торговле: новые грани взаимодействия с покупателем. *Экономические науки*. 2024. № 7 (236). С. 196–200.
10. Спиридонов С. Повышение конкурентоспособности организации и качества ее продукции за счет внедрения цифровых технологий / С. Спиридонов, А. Спиридонова. — Текст: электронный. Роль технического регулирования и стандартизации в эпоху цифровой экономики: сборник статей участников V Международной научно-практической конференции молодых ученых (Екатеринбург, 2 ноября 2023 г.). — Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2023. С. 177–185.
11. Удальцова Н.Л. Цифровая трансформация и новые формы бизнеса в розничной торговле. *Региональная и отраслевая экономика*. 2023. № 2 (219). С. 151–158.
12. Федотов А.Н. Особенности организации маркетинга сетевого продуктового ритейла в условиях новых торговых форматов. *Электронный научный журнал Байкальского государственного университета*. 2021. Т. 12. № 1. 10 с.
13. О ЧЕМ ГОВОРЯТ ТРЕНДЫ. *Макроэкономика и рынки*. Бюллетень. Департамента исследований и прогнозирования. — Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/54902/bulletin_24-08.pdf. Дата обращения 27.02.2025.
14. Объем продаж онлайн-торговли России в I полугодии вырос на 20%. — Режим доступа: <https://fas.gov.ru/srv/node/620>. Дата обращения 28.02.2025.
15. Цифровизация ритейла. — Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>. Статья: Цифровизация_ритейла._Обзор_TAdviser_2023?yscli d=lnnrhlhvjkl463352131. Дата обращения: 25.02.2025.

References

1. Buyanov A.S. Peran pasar dalam pengembangan perdagangan elektronik. *Kemajuan Manusia*. 2022. Vol. 8, No. 3. P. 5.
2. Dazhinova A.N., Shpengler A.V. Teknologi AR dalam ritel: tren dan prospek. *Vektor Ekonomi*. 2021. № 12. P. 6.
3. Yezhova V.A. Teori pasar industri: buku teks. — St. Petersburg: SPbGTURP, 2015. 40 pp.
4. Katasonov I.A. Transformasi digital perdagangan ritel: efisiensi otomatisasi dan robotisasi proses bisnis. *Solusi strategis dan manajemen risiko*. 2022. Vol.13. No. 2. Pp. 160–170.
5. Kuzin A.V. Masalah dan prospek persaingan rantai ritel. *Pemasaran*. 2020. No. 1. Pp. 25–28.
6. Parmenenkov, K.N. Manajemen proses pengembangan persaingan dan monopolisasi dalam kondisi meningkatnya daya saing Rusia: monograf / K.N. Parmenenkov. — Moskow: INFRA-M, 2022. 80 pp.
7. Paskova A.A. Transformasi digital perdagangan ritel: tren dan teknologi. *Teknologi baru*. 2020. Vol. 16, No. 6. Pp. 123–131.
8. Paskova A.A. Integrasi teknologi kecerdasan buatan dan Internet industri. *Masalah pembangunan masyarakat yang berkelanjutan*. 2020. No. 4-2. Pp. 607–612.
9. Petrov I.A. Augmented reality dalam perdagangan ritel Rusia: aspek baru interaksi pelanggan. *Ilmu ekonomi*. 2024. Nomor 7 (236). Pp. 196–200.

10. Spiridonov S. Meningkatkan daya saing organisasi dan kualitas produknya melalui pengenalan teknologi digital / S. Spiridonov, A. Spiridonova. Teks: elektronik. Peran regulasi teknis dan standardisasi di era ekonomi digital: kumpulan artikel oleh peserta Konferensi Ilmiah dan Praktik Internasional V Ilmuwan Muda (Yekaterinburg, 2 November 2023). – Yekaterinburg: Rumah Penerbitan Azhur, 2023. Pp. 177–185.
11. Udaltsova N.L. Transformasi digital dan bentuk bisnis baru dalam ekonomi ritel. Regional dan sektoral. 2023. Nomor 2 (219). Pp. 151–158.
12. Fedotov A.N. Fitur organisasi pemasaran ritel grosir online dalam konteks format perdagangan baru. Jurnal Ilmiah Elektronik Universitas Negeri Baikal. 2021. Vol. 12. No. 1. 10 pp.
13. APA YANG DIKATAKAN TREN. Makroekonomi dan pasar. Buletin. Departemen Riset dan Peramalan. – Mode akses: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/54902/bulletin_24-08.pdf. Diakses 02/27/2025.
14. Volume penjualan online di Rusia pada paruh pertama tahun ini meningkat sebesar 20%. – Mode akses: <https://fas.gov.ru/srv/node/620> . Tanggal permintaan: 02/28/2025.
15. Digitalisasi ritel. – Mode akses: <https://www.tadviser.ru/index.php> Статья: Digitalization_rytail._view_tadviser_2023?yscli d=lnnrhlhvjkl463352131. Tanggal permintaan: 02/25/2025.

Статья поступила в редакцию 18.03.2025; одобрена после рецензирования 02.04.2025; принята к публикации 07.04.2025.

The article was submitted 18.03.2025; approved after reviewing 02.04.2025; accepted for publication 07.04.2025.