

УДК 33

## Мировой и российский рынки розничной торговли в условиях цифровой экономики

**Бостоганашвили Екатерина Ревазовна**

Аспирант,  
Московский государственный институт международных отношений (университет)  
Министерства иностранных дел Российской Федерации,  
119454, Российская Федерация, Москва, просп. Вернадского, 76;  
e-mail: eka\_94@live.ru

### Аннотация

В статье анализируются основные тенденции на мировом и российском рынках розничной торговли. Дефляция, антиглобалистские настроения, смена поведения покупателей, усиление геополитической нестабильности внесли неопределенность на рынок розничной торговли. Происходит ужесточение конкуренции, консолидация рынка, банкротства крупных компаний. При этом, важно отметить растущую популярность использования элементов цифровой экономики, что, в свою очередь, влияет на трансформацию компаний отрасли и появление новых конкурентов в виде виртуальных компаний, темпы роста которых значительно опережают традиционные компании данного рынка. В условиях технологической неопределенности и стремительного роста цифровой экономики, кардинально меняется положение компаний розничной торговли. Новые условия требуют от компаний разработки новейших подходов к принятию решений. В России процесс цифровой трансформации рынка розничной торговли идет с некоторым опозданием по сравнению с США или Китаем, однако темпы перехода к цифровой торговле находятся на достаточно высоком уровне. Так, электронные продажи в России растут более чем в два раза быстрее традиционной торговли.

### Для цитирования в научных исследованиях

Бостоганашвили Е.Р. Мировой и российский рынки розничной торговли в условиях цифровой экономики // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 2А. С. 155-165.

### Ключевые слова

Цифровая экономика, цифровые технологии, компании розничной торговли, российский рынок розничной торговли, мировой рынок розничной торговли, инновации.

## Введение

В настоящее время мировая экономика развивается в благоприятном направлении для многих стран мира. В странах Европы прослеживается тенденция к ускорению роста, в развивающихся странах происходит восстановление роста, а Китай и США демонстрируют признаки стабилизации. Подобная ситуация благоприятно влияет на компании розничной торговли. С другой стороны, некоторые факторы экономической среды оказывают значительное воздействие на деятельность компаний отрасли. Речь идет о низких темпах роста в ряде развитых стран, увеличении государственного долга развивающихся стран, дефляции, применении протекционистских мер, ужесточении кредитно – денежной политики, ухудшении демографической ситуации во многих странах и др. В мировой экономике отмечается тенденция к огосударствлению, что подразумевает растущее влияние государства на экономику в разных направлениях, среди которых рост государственной собственности в результате процесса национализации, активная денежно – кредитная политика и т.д. Протекционистские меры в международной торговле негативно отражаются на деятельности компаний розничной торговли, более того, замедляют темпы экономического роста. Несмотря на жесткую денежно-кредитную политику в ряде развитых стран, происходит существенное замедление темпов инфляции, что связано с наличием избыточных мощностей в мире, снижением цен на сырьевые товары и слабым спросом. Только в США есть вероятность повышения темпов инфляции. Для отрасли розничной торговли, это подразумевает серьезную ценовую конкуренцию и снижение ценообразовательной способности компаний.

### Мировой рынок розничной торговли

В целом, важно подчеркнуть, что на глобальном рынке розничной торговли происходит значительное ужесточение конкуренции, в том числе со стороны виртуальных компаний, консолидации рынка, а также ряда банкротств крупных компаний отрасли. В США рынок розничной торговли продуктами питания всегда был крайне сложным и характеризовался острой конкуренцией и низкими прибылями. Однако, недавнее слияние сети супермаркетов Whole Foods компанией Amazon.com Inc. усилила напряжение на данном рынке. Подобного рода ситуация вынуждает розничные сети консолидироваться или сворачивать свою деятельность. Тренд прослеживается не только в США, но и странах Западной Европы. Французская компания Carrefour планирует провести масштабные сокращения в рамках реструктуризации, учитывая, что не так давно компания была в числе трех крупнейших в отрасли. Планируется сократить более двух тысяч человек, а полученные средства будут инвестированы в область цифровой торговли.

Помимо всего прочего, в США отмечается ряд негативных тенденций. Во-первых, потребительские расходы растут быстрее доходов населения. Это было вызвано уменьшением сбережений и осуществлением большего количества заимствований. Вполне вероятно, что рост потребительского сектора замедлится. Во-вторых, правительство США намерено внедрить протекционистские меры для сохранения рабочих мест, защиты внутреннего рынка. В-третьих, ФРС повышает процентные ставки, что негативно отражается на ценах на активы и давит на рынок кредитования. Крайне важно отметить, что, несмотря на рост объемов розничных продаж на 3,5% в 2017 году, сектор переживает не лучшие времена. Крупные розничные сети продолжают тенденцию сворачивания торговых точек и сокращения рабочих мест. Одной из

причин считается рост онлайн – покупок и, в частности, Amazon.com, Inc. Число потребителей в онлайн-магазинах выросло на 4,2%, в офлайн – сократилось на 3,7% [Розничная торговля, www].

В Великобритании по-прежнему наблюдаются последствия выхода из ЕС. Ослабление курса фунта стерлингов ведет к неизбежному росту цен на импорт. Что касается розничных продаж, то за весь 2017 год объем розничных продаж увеличился на 1,9%, что является самым низким показателем с 2013 года [Розничные продажи, www]. Тем временем, в ЕС ситуация благоприятнее. В Германии, Испании, Нидерландах отмечаются высокие темпы роста. Это отражает положительный эффект от ужесточения кредитно-денежной политики. Инфляция в странах ЕС находится на низком уровне. Однако важно отметить ряд тенденций, влияющих на отрасль. В странах ЕС все большее распространение получает такое явление, как экономический национализм, таким образом, подрывая принципы единого пространства. Лидеры стран подчеркивают, что свободная торговля ставит под угрозу рабочие места и национальные компании. К примеру, введение маркировки продуктов питания во Франции, снизило импорт молочной продукции из соседних стран. Вслед за Францией другие европейские страны также ввели подобного рода меры. Экономический национализм в странах ЕС вызывает опасения среди международных компаний, в частности, розничного сектора. Это усиливает экономические барьеры между странами ЕС, а число жалоб, которые связаны с нарушениями правил единого рынка, выросло больше, чем в три раза. Протекционистские настроения особенно распространены в странах Восточной Европы, где местные производители так и не смогли встроиться в систему единого рынка. К примеру, не так давно Еврокомиссия запретила ряду стран принуждать компании розничной торговли к покупке местной сельскохозяйственной продукции, а Польша пыталась ввести новый налог на розничные продажи.

Темпы роста китайской экономики увеличились до показателя в 6,9%. Среди экономических достижений страны необходимо выделить снижение безработицы, рост фондового рынка, увеличение резервов и значительное улучшение бизнес-климата. Более того, в 2017 году сохранился рост объемов розничной торговли потребительскими товарами. Рост розничной торговли в целом составил 3%. На долю электронной коммерции приходится 26,8%. Розничная торговля в реальном секторе китайской экономики характеризуется: быстрыми темпами роста, объема продаж, увеличении прибыльности компаний, а также качественного роста. Помимо этого, китайская экономика обладает рядом специфических особенностей инновационной трансформации розничной торговли. В-первую очередь, речь идет о развитии новых видов бизнеса. Компании розничной торговли стремятся к совмещению онлайн и оффлайн продаж, а также развивается разноплановое межотраслевое взаимодействие. Происходит интенсификация процессов слияний и поглощений, синергетических процессов и применение новейших технологий. Наибольшее распространение получил тренд к открытию, так называемых, «магазинов без продавцов» («умных магазинов») и активизации разработки сопутствующих технологий. Помимо этого, в ряде крупных китайских сетей появляется новая модель, подразумевающая открытие ресторана внутри супермаркета. Во – вторых, постепенно создается цепочка полного цикла. Компании розничной торговли задействуют современные информационные технологии, внедряют различные каналы продаж. В-третьих, происходит преобразование цепи поставок. Все чаще компании стараются наладить прямые поставки с производств для снижения затрат и, соответственно, цен. В-четвертых, становится крайне актуально развивать торговлю в средних и малых городах. Расширение присутствия в небольших городах является приоритетным направлением развития многих крупных сетей.

В Японии наблюдается снижение потребительских расходов, повышение уровня безработицы. В годовом выражении розничные продажи в декабре подскочили на 3,6%. Прогноз предполагал повышение на 2,2%. Продажи в универмагах и супермаркетах увеличились на 1,1% в годовом выражении вместо ожидавшегося роста на 0,5% [Потребительские расходы, www]. Постоянный рост потребительских расходов необходим для экономического восстановления Японии, которое зависит от экспорта. Потребительские цены выросли в стране в годовом выражении. Однако, перед Банком Японии по – прежнему стоит задача ускорения инфляции.

В рамках данной статьи также необходимо рассмотреть основные изменения в товарной и фирменной структурах мирового рынка розничной торговли.

**Таблица 1 - Десять крупнейших компаний розничной торговли в мире**

№	Название компании	Страна происхождения	Выручка, 2017г. (млн. дол. США)	Совокупный среднегодовой темп роста, % (2012-2017)	Количество стран присутствия
1	Wal-Mart Stores, Inc.	США	500 343	1,7%	29
2	Costco Wholesale Corporation	США	129 025	6%	10
3	The Kroger Co.	США	108 465	5%	1
4	Schwarz Group	Германия	102 256	7,3%	27
5	Walgreens Boots Alliance, Inc.	США	99 058		10
6	Amazon.com, Inc.	США	97 665	17,6%	14
7	The Home Depot, Inc.	США	95 595	6,1%	4
8	Aldi Group	Германия	87 923	7,7%	17
9	Carrefour S.A.	Франция	87 131	-1,1%	34
10	CVS Health Corporation	США	83 100	6,4%	3

Источник: [Deloitte, 2018].

Первые пять крупнейших компаний отрасли сохранили свои позиции в списке с прошлого года. Компания Amazon.com, Inc. по – прежнему наращивает темпы роста, которые уже достигли 19% в 2017 году. Рентабельность по EBITDA Amazon едва ли не самая низкая среди компаний технологического сектора, например, она в пять раз меньше, чем у Alibaba Group [очему растет Amazon, www]. Однако, она по-прежнему остается крайне привлекательна для инвесторов, так как ее рост еще не достиг предела и не вошел в фазу стагнации. Amazon является лидером по показателям ожидаемого роста прибыли за акцию.

Компании The Home Depot, Inc. и Carrefour S.A. продолжают терять свои позиции. А Carrefour, S.A. стала единственной компанией с отрицательным показателем совокупного среднегодового темпа роста (см. Таблицу 1). Кроме США, The Home Depot представлена в Канаде, Китае и Мексике и специализируется на продаже инструментов и стройматериалов. Carrefour S.A. и Aldi Group – единственные не американские компании в списке. CVS Health Corporation вошла в список крупнейших компаний отрасли только в 2017 году и является крупным поставщиком лекарств и различных товаров для здоровья.

Wal-Mart Stores, Inc. удалось сохранить свои лидерские позиции, а выручка компании достигла 500,3 млрд.долл.США. Годовой оборот компании сопоставим с ВВП некоторых развитых стран. Несмотря на то, что компания оперирует в 29 странах, России в их числе нет. Главным преимуществом магазинов сети является низкая цена. Компания находится в

постоянном поиске путей снижения издержек, а как альтернативу дорогим продуктам, производит товары под собственной торговой маркой. Подобного рода товары стоят меньше, а рентабельность их продаж выше. Особенностью компании является стремление к экспансии в небольшие города. В состав сети входят 11 000 магазинов, в которых занято более 1,1 млн. человек, что делает ее крупнейшим в мире работодателем [Walmart, www]. Возрастающая конкуренция со стороны виртуальных компаний побуждает Wal-Mart также прибегать к внедрению цифровых технологий. В данном аспекте, необходимо выделить два ключевых проекта. Во-первых, это создание сети роботизированных магазинов, в которых будет возможность приобрести товары без кассиров и очередей. Интересно, что первый роботизированный магазин был открыт китайской компанией JD.com, которая опередила Amazon и его магазин «Amazon GO». Во-вторых, это использование чатботов для совершения покупок. При этом компания приобрела интернет-ресурс для усиления своей позиции в онлайн-торговле.

Стремительный рост цифровой розничной компании Amazon.com Inc. отражает растущее значение автоматизации. Объем мирового рынка автоматизации ритейла может достигнуть \$19,17 млрд уже к 2023 году [Объем мирового рынка автоматизации, www]. Компании все чаще прибегают к использованию сенсорных киосков, мобильных устройств, систем самообслуживания для того, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке. Увеличивающийся спрос на внедрение цифровых технологий со стороны супермаркетов, гипермаркетов, магазинов у дома стимулирует рост рынка автоматизации розничной торговли. Среди факторов, влияющих на рост данного рынка, можно выделить значительное расширение использования смартфонов, а также рост популярности Интернета вещей (IoT). Однако, высокие затраты на внедрение систем автоматизации по-прежнему тормозят развитие рынка.

Рассматривая товарную структуру рынка, необходимо выделить три основные категории, в числе которых «одежда и аксессуары», «товары повседневного спроса», «хозяйственные товары и товары для отдыха».

**Таблица 2 - Товарная структура рынка розничной торговли (анализ проведен на основе деятельности 250 крупнейших компаний отрасли)**

	Количество компаний	Средняя выручка, 2017 г. (млн. долл. США)	Доля 250 крупнейших компаний в выручке, %
Одежда и аксессуары	43	10 125	9,8%
Товары повседневного спроса	135	21 688	66,4%
Хозяйственные товары и товары для отдыха	51	14 700	17%

Источник: [Deloitte, 2018].

Как видно из таблицы №2, наибольшее количество компаний сосредоточено в категории «товары повседневного спроса», а больше половины выручки приходится на 250 крупнейших компаний отрасли. На втором месте «хозяйственные товары и товары для отдыха». В данной категории оперирует 51 компания. В категории «одежда и аксессуары» задействовано 43 компании. По показателю выручки, лидирует категория «товары повседневного спроса» (FMCG). Важно подчеркнуть, что не все компании специализируются на какой-то одной категории товаров.

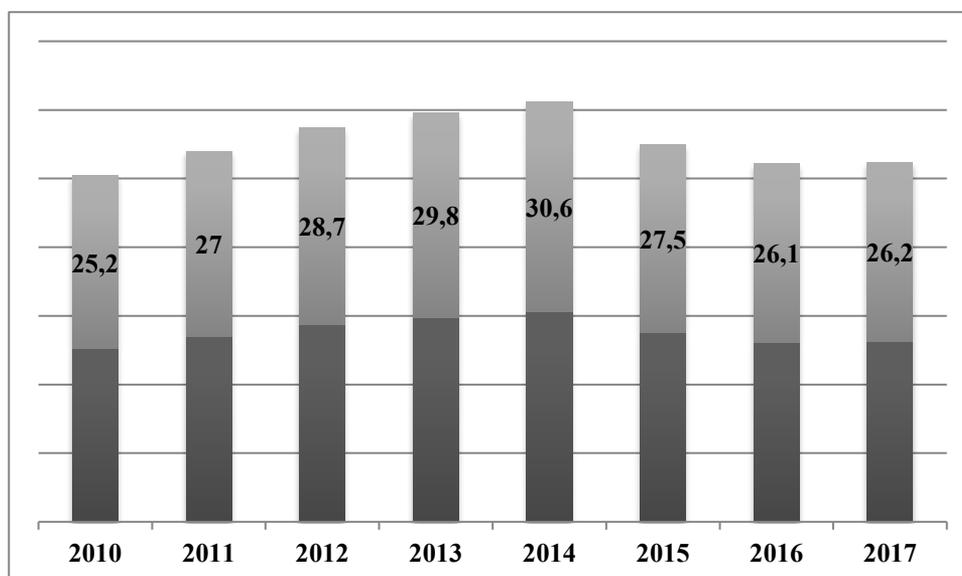
Необходимо рассмотреть ключевые тенденции на рынке FMCG. В современном мире крайне тяжело спрогнозировать, как будет выглядеть рынок товаров народного потребления через 10 лет. Однако уже сейчас можно выделить ряд тенденция, наиболее сильно воздействующих на данный рынок. Во-первых, стагнация на массовом рынке. При снижении среднего уровня доходов, неизбежно сократится покупательская способность населения. Покупатели все реже готовы переплачивать за привычные товары, а значит, увеличение прибыли больше не может происходить за счет повышения цен. В борьбе за рынок необходимо сокращать расходы. Во-вторых, это рост в отдельных нишах. Если массовый рынок сжимается, то отдельные прибыльные потребительские сегменты, наоборот, могут пока развиваться. К примеру, покупатели все больше внимания проявляют к экологически чистой продукции, здоровой пище и т.д. Зачастую, потребители готовы платить больше за полезные продукты. В-третьих, рост дисконтных магазинов и многоканальный сбыт. В настоящее время, потребители все реже пользуются одним типом магазина. Более того, намечается тренда ухода покупателей от местных розничных магазинов к дисконтным. Этот тренд наносит вред крупным, разрекламированным брендам и подразумевает повышение спроса на товары под собственной торговой маркой. В-четвертых, активно развивается канал сбыта товаров повседневного спроса через интернет и становится важным источником дохода, как для компаний розничной торговли, так и для самих производителей. Цифровое пространство становится новым предметом соперничества между компаниями. В-пятых, все большее распространение получает тенденция к вертикальной интеграции и появлению новых бизнес-моделей. К примеру, компания Amazon.com, Inc. расширяет собственные торговые марки и стремится охватить новые категории товаров. При этом узкоспециализированные производители стремятся продавать свою продукцию без посредников, что позволяет снизить цены и извлечь выгоду даже при маленьких объемах продаж. В-шестых, намечается оптимизация рабочих процессов. Превосходство в сфере цифровых технологий позволяет найти потребителей даже в небольших сегментах, а также достигается существенная экономия. В-седьмых, постоянно появляющиеся меры по защите прав потребителей, рост экологических и социальных стандартов накладывают ограничения на ведение бизнеса. Становится намного труднее предугадывать последствия различных потрясения для отрасли.

### **Российский рынок розничной торговли**

Российский рынок розничной торговли по обороту находится на уровне 2010 года. Падение реальных доходов населения оказало негативное влияние на развитие отрасли в стране. Россияне гораздо чаще стали приобретать товары под собственными торговыми марками сетей, обращать внимание на различного рода промоакции и т.д. Все это привело к сокращению среднего чека в реальном выражении у крупных компаний отрасли. На таком рынке лучше всего себя ощущают крупные сетевые компании и несмотря на законодательные ограничения, они продолжают увеличивать свою долю на рынке. Примечательно, что выручка розничных сетей росла в основном за счет открытия магазинов в таких форматах, «магазин у дома», «дискаунтер».

Как видно из рисунка №1, темпы роста розничной торговли существенно замедлились. Общий спад в российской экономике не мог не отразиться на данной отрасли. В 2014 году влияние кризисных явлений на отрасль стало заметнее, что и обусловило резкое снижение оборотов розничной торговли в 2015 году. Более того, в 2015 году кризисные тенденции только

усилились: ускорился рост цен, снизились темпы прироста оборота розничной торговли. Среди ключевых факторов, повлиявших на отрасль, необходимо отметить ослабление рубля и санкции, которые затронули широкий перечень импортируемых продовольственных товаров.



Источник: [FMCG – 2017].

**Рисунок 1 - Оборот розничной торговли в России (трлн. руб.)**

Однако, оборот розничной торговли в номинальном выражении демонстрирует положительную динамику. Доля розничной торговли продуктами питания (включая алкоголь и табак) составляет практически 50% в суммарном объеме розничной торговли. Важно отметить, что сопоставление оборота розничной торговли с индексом потребительских цен показывает, что прирост в большей степени был компенсирован потребительской инфляцией. Говоря о структуре розничной торговли, можно выделить рост доли оборота розничных сетей в суммарном обороте продаж. Ключевой особенностью российского рынка розничной торговли является сильная дифференциация по территориальным субъектам. Наличие разрыва в социально-экономическом развитии регионов является отрицательным фактором для отрасли розничной торговли. Данная отрасль представлена коммерческими предприятиями, первостепенной задачей которых является максимизация прибыли [Кент, Омар, 2007]. Именно поэтому основной ассортимент и объем торговых площадей приходится на регионы с более высоким спросом.

Структура российского рынка розничной торговли представлена, как торговыми сетями, так и независимыми компаниями (магазины, супермаркеты). Торговые сети существуют на федеральном и региональном уровнях. На российском рынке классификация торговых точек, которые входят в торговые сети включает супермаркеты, гипермаркеты, «Cash & Carry» («Кэш энд Керри»), дискаунтеры, магазин у дома, гастрономы премиального класса. Ключевым отличием гипермаркета от супермаркета является масштаб деятельности. Гипермаркеты включают в себя большее количество товарных позиций и большую торговую площадь. Магазины формата Cash & Carry – магазины складского типа, позволяющие покупать товары оптом по более выгодным ценам. Если говорить о категории «магазин у дома», то это небольшой магазин с ограниченным ассортиментом товаров повседневного спроса. Гастроном

премиального класса – магазин с высокой долей дорогой продукции. Отдельно необходимо выделить категорию ярмарок, доля которых значительно сокращается в пользу торговых организаций. При этом на фоне роста цен на продовольственную продукцию, потребители отдают предпочтение магазинам – дискаунтерам. Дискаунтеры усиливают свои позиции не только расширяя свое географическое присутствие, но и улучшая показатели выручки и среднего чека. Интересно, что на российском рынке покупатели все чаще переключаются на специализированные магазины и готовы потратить больше времени, чем приобрести все в одном универсальном. Данная тенденция обосновывается тем, что специализированные магазины могут лучше удовлетворить растущие потребности покупателей в определенных категориях товаров. Товарная структура совокупного оборота: на долю продовольственных товаров приходится 48,8%, на долю непродовольственных – 51,2%. Согласно статистическим данным ФСГС<sup>1</sup> в течение нескольких лет отмечается непрерывное сокращение продаж табачной и алкогольной продукции, что стало результатом проводимой политики.

Говоря о российских компаниях, то на рынке существуют два выраженных лидера, а именно X5 Retail Group и Магнит. По данным на 2017 год, X5 Retail Group обошел своего конкурента не только по показателям выручки, но и по капитализации. На российском рынке, также, как и на мировом, постепенно исчерпывается ресурс роста за счет одного лишь увеличения сети. Таким образом, крупные российские компании стремятся к внедрению различного рода цифровых технологий. В качестве ключевых примеров можно привести проекты в сфере анализа больших данных. Управление, так называемыми, большими данными («big data») способно повысить продажи и рентабельность бизнеса. В частности, данные технологии помогают в сборе более качественных знаний о клиентах. Помимо вышеупомянутых компаний, в список крупнейших розничных сетей в России входит французская компания Auchan, «Дикси», «Лента» и др. Однако в 2017 году наиболее высокие темпы роста чистой выручки продемонстрировали специализированные магазины, среди которых «Детский мир» и «Красное & белое». Консолидация – одна из тенденций российского рынка. Лидеры сегмента «товары повседневного спроса» быстрыми темпами наращивают доли и отвоевывают рынок у небольших региональных компаний. Можно сказать, что при отсутствии какого – либо рода внешних экономических потрясений, можно ожидать значительного улучшения на рынке розничной торговли в России в 2018 году.

### **Рынок интернет-торговли**

Отдельное внимание необходимо уделить рынку интернет-торговли, темпы роста которого измеряются двузначными показателями. Быстрое распространение интернета сильно повлияло на сферу торговли, создав новое направление, а именно интернет – торговлю. В широком смысле под интернет-торговлей понимается покупка и продажа товаров и услуг при помощи электронной сети. В рамках этого, важно отметить, что наиболее популярной является такая форма, как B2C (business – to – consumer), предусматривающая розничную торговлю через интернет-магазины. В страновом аспекте, крупнейшим рынком интернет-торговли является Китай. В число лидеров также входят США, Великобритания. Необходимо выделить ключевых игроков мирового рынка розничной интернет – торговли. Несмотря на то, что в настоящее время

---

<sup>1</sup> ФСГС – федеральная служба государственной статистики

существует большое множество интернет-сайтов, самыми крупными в международном масштабе являются американские. К примеру, компания Amazon – крупнейший интернет-магазин в мире. На сайте Amazon представлены разнообразные товарные группы, начиная от бытовой техники, заканчивая книгами. Причем товары могут быть не только новыми, но и поддержанными. Amazon входит в список крупнейших компаний мира не только в сфере интернет-торговли, но и розничной торговли в целом. Более того, оказывает серьезное влияние на отрасль, двигая ее в сторону внедрения элементов цифровой экономики и, тем самым, заставляя традиционные компании отрасли трансформироваться. Наряду с Amazon, необходимо отметить такие компании, как eBay, BestBuy и Alibaba.

Россия входит в список десяти стран с крупнейшими рынками интернет-торговли. В России, как и в других странах мира, формируется бизнес-экосистема розничной интернет-торговли. В результате появляются сопутствующие технические и финансовые сервисы. В 2017 году объем российского рынка интернет-торговли составил более 1,150 трлн. руб., а темпы роста был более 20%. При этом, речь идет как о внутренней, так и трансграничной торговле. Если же говорить о затратах россиян по странам, то большинство покупок приходится на Китай (52%), ЕС (23%), США (12%). Так как покупки через интернет продолжают набирать популярность, то рынок интернет-торговли также будет расти. Однако, национальный рынок сильно страдает от неравных условий, в которых он оказался из – за крупных иностранных компаний. Если говорить о распределении по товарным категориям, то большинство покупок в интернете приходится на бытовую технику и электронику, а также одежду и обувь. Ситуация на национальном и трансграничном рынках схожа. В данном контексте, стоит отметить, что данный рынок только формируется и еще не разработана общая методика сбора и обработки данных, которые обусловлены цифровой составляющей рынка.

### Заключение

В заключение необходимо подчеркнуть, цифровая модель позволит повысить конкурентоспособность компаний розничной торговли на мировых рынках. Новые технологии уже сейчас активно внедряются в экономику, кардинально меняя процессы производства, подходы к ведению бизнеса и даже сами бизнес-процессы [E-commerce, www]. Американские и китайские виртуальные компании розничной торговли уже смогли показать небывалые темпы роста, подчеркнув переход экономики на новый уровень. США и Китай являются лидерами по модернизации экономики, а также имеют государственные стратегии инновационного развития, которые постепенно реализуются не только на их собственных рынках, но и на рынках других стран. Несмотря на то, что доминирующим сегментом цифрового ритейла, по-прежнему, является электронная коммерция, под воздействием потребительских трендов появляются новые бизнес-модели и продукты.

В рамках этого можно выделить пять ключевых факторов, стимулирующих создание стоимости на рынке цифрового ритейла, и за счет которых будет расти выручка как отдельных компаний, так и отрасли в целом. Во-первых, это рост сферы онлайн-ритейла, развитие стратегии омниканальности и появление новых бизнес-моделей. Так, в России ежегодно число пользователей онлайн-магазинов растет на 9% и уже к 2025 году ожидается, что 80% потребителей будут делать покупки в интернете [Ритейл без использования цифровых инструментов, www]. Во-вторых, это производительность труда и решения, приводящие к ее повышению за счет качества управления ресурсами (к примеру, прогнозирование потоков

потребителей), автоматизации бизнес-процессов, эффективного использования трудовых и капитальных ресурсов и т.д. В-третьих, это новые бизнес-модели, которые в условиях развития цифровых технологий позволяют компаниям расти в новых сегментах рынков. В-четвертых, это управление активами. Повышение рентабельности активов напрямую связано с активным использованием новейших технологий. Так, виртуальные примерочные позволяют увеличить ассортимент представленной продукции и выручку с квадратного метра. В-пятых, это логистические решения, повышающие скорость и точность доставки, а также снижающие сопутствующие риски.

### Библиография

1. Кент Т., Омар О. Розничная торговля. М.: Юнити, 2007. 720 с.
2. Объем мирового рынка автоматизации. URL: <http://kiosksoft.ru/news/2017/11/23/obem-mirovogo-rynka-avtomatizacii-ritejla-dostignet-19-17-mlrd-k-2023-godu-5896>
3. Потребительские расходы в Японии снизились. URL: <https://news.rambler.ru/economics/39014357-potrebitelskie-rashody-v-yaaponii-snizilis-v-dekabre>
4. Почему растет Amazon? URL: <http://investcafe.ru/blogs/22614/posts/78848>
5. Ритейл без использования цифровых инструментов непривлекателен в глазах клиентов. URL: <https://www.retail-loyalty.org/expert-forum/riteyl-bez-ispolzovaniya-tsifrovyykh-instrumentov-neprivlekatelen-v-glazakh-klientov/?id=273285>
6. Розничная торговля США сдулась. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/81982/>
7. Розничные продажи в Великобритании упали больше, чем прогнозировалось. URL: <https://www.fxteam.ru/forex/fxteam-news/180237.html/>
8. Deloitte. Global Powers of Retailing 2018: Transformative change, reinvigorated commerce.
9. E-commerce может стать новым направлением «цифровой экономики». URL: <https://raerr.ru/press-tsentr/novosti/588-e-commerce-mozhet-stat-novym-napravleniem-tsifrovoj-ekonomiki.html>
10. FMCG-2017: динамика рынка, ключевые тренды. URL: <https://rb.ru/opinion/trends-fmcg>
11. Walmart. URL: [www.brandreport.ru/wal-mart](http://www.brandreport.ru/wal-mart)

## World and Russian retail markets in the digital economy

**Ekaterina R. Bostoganashvili**

Postgraduate,  
Moscow State Institute of International Relations (University)  
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation,  
119454, 76, Vernadskogo av., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: eka\_94@live.ru

### Abstract

The article analyzes the main trends in the world and Russian retail markets. Deflation, anti-globalization, consumer behavior change, and geopolitical instability increased uncertainty in the retail market. There is a toughening of competition, consolidation of the market, bankruptcies of large companies. At the same time, it is important to note the growing popularity of using elements of the digital economy, which in turn affects the transformation of companies in the industry and the appearance of new competitors in the form of virtual companies whose growth rates far outstrip the traditional companies of this market. In the conditions of technological uncertainty and rapid growth of the digital economy, the situation of retailers is radically changing. New conditions require companies to develop innovative approaches to decision-making. In Russia, the process of digital

transformation of the retail market is somewhat belated compared to the US or China, but the pace of transition to digital trade is at a high enough level. So, electronic sales in Russia are growing more than twice as fast as traditional trade. In conclusion, it should be emphasized that the digital model will increase the competitiveness of retailers in world markets. New technologies are already being actively introduced into the economy, radically changing production processes, approaches to doing business, and even the business processes themselves.

### For citation

Bostoganashvili E.R. (2018) Mirovoi i rossiiskii rynki roznichnoi trgovli v usloviyakh tsifrovoi ekonomiki [World and Russian retail markets in the digital economy]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (2A), pp. 155-165.

### Keywords

Digital economy, digital technologies, retail companies, the Russian retail market, the world retail market, innovations.

## References

1. Deloitte. Global Powers of Retailing 2018: Transformative change, reinvigorated commerce.
2. E-commerce mozhet stat' novym napravleniem «tsifrovoi ekonomiki» [E-commerce can become a new direction of the digital economy]. Available at: <https://raerr.ru/press-tsentr/novosti/588-e-commerce-mozhet-stat-novym-napravleniem-tsifrovoj-ekonomiki.html> [Accessed 12/12/2017]
3. FMCG-2017: dinamika rynka, klyuchevye trendy [FMCG-2017: market dynamics, key trends]. Available at: <https://rb.ru/opinion/trends-fmcg> [Accessed 12/12/2017]
4. Kent T., Omar O. (2007) *Roznichnaya trgovlya* [Retail]. Moscow: Yuniti Publ.
5. Ob "em mirovogo rynka avtomatizatsii [The volume of the world market of automation]. Available at: <http://kiosksoft.ru/news/2017/11/23/obem-mirovogo-rynka-avtomatizacii-ritejla-dostignet-19-17-mlrd-k-2023-godu-5896> [Accessed 12/12/2017]
6. Potrebitel'skie raskhody v Yaponii snizilis' [Consumer spending in Japan has declined]. Available at: <https://news.rambler.ru/economics/39014357-potrebitelskie-rashody-v-yaponii-snizilis-v-dekatre> [Accessed 12/12/2017]
7. Pochemu rastet Amazon? [Why Amazon is growing?]. Available at: <http://investcafe.ru/blogs/22614/posts/78848> [Accessed 12/12/2017]
8. Riteil bez ispol'zovaniya tsifrovyykh instrumentov neprivlekatelen v glazakh klientov [Retail without the use of digital tools is unattractive for customers]. Available at: <https://www.retail-loyalty.org/expert-forum/riteyl-bez-ispolzovaniya-tsifrovyykh-instrumentov-neprivlekatelen-v-glazakh-klientov/?id=273285> [Accessed 12/12/2017]
9. Roznichnaya trgovlya SShA sdulas' [US retail recesses]. Available at: <http://www.vestifinance.ru/articles/81982/> [Accessed 12/12/2017]
10. Roznichnye prodazhi v Velikobritanii upali bol'she, chem prognozirovalos' [Retail sales in the UK fell more than forecast]. Available at: <https://www.fxteam.ru/forex/fxteam-news/180237.html/> [Accessed 12/12/2017]
11. Walmart. Available at: [www.brandreport.ru/wal-mart](http://www.brandreport.ru/wal-mart) [Accessed 12/12/2017]