



УДК 658.6
ГРНТИ 06.71.15

ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЗНИЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Г.Г. Лёвкин¹, Р.С. Симаков²

¹Омский государственный университет путей сообщения
Россия, 644046, г. Омск, просп. Маркса, 35

²Военный институт (инженерно-технический) военной академии МТО
им. Генерала армии А.В. Хрулева
Россия, г. Санкт-Петербург

В статье рассмотрены особенности изменения розничного потребительского рынка в результате цифровой и технологической трансформации коммерческих и логистических процессов. Прослежены особенности переходного периода от стационарной розничной торговли к электронной коммерции. Приведены статистические показатели в целом розничных продаж в России с онлайн-сегментом, показана динамика и тенденции, а также выполнен анализ участников рынка.

Ключевые слова: логистика, розничная торговля, потребитель, товар, электронная коммерция, цифровая трансформация процессов, маркетплейс.

TRANSFORMATION OF THE RETAIL CONSUMER MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION

G.G. Levkin¹, R.S. Simakov²

¹Omsk State Transport University
Omsk, the Russian Federation

²Khrulev Military Institute (engineering and Technical) of the Military Academy
of the MLA
St. Petersburg, Russian Federation

The article examines the peculiarities of changes in the retail consumer market as a result of digital and technological transformation of commercial and logistics processes. The features of the transition period from stationary retail to e-commerce are traced. The statistical indicators of retail sales in Russia with the online segment as a whole are presented, dynamics and trends are shown, and an analysis of market participants is performed.

Keywords: logistics, retail, a consumer, a commodity, e-commerce, digital transformation of processes, a marketplace.

Организация розничной продажи потребительских товаров конечным потребителям находится в прямой зависимости от уровня технической, технологической и информационной оснащённости предприятий розничной торговли. Прямая вовлечённость населения региона в информационный обмен в логистической системе «розничные торговые предприятия – конечные потребители» приводит к развитию электронной коммерции. Использование цифровых технологий при обслуживании потребителей в торговых зонах способствует изменению модели розничной торговли

как на макроуровне, так и на уровне отдельных торговых предприятий.

Цель исследования — выявить особенности трансформации розничного потребительского рынка в Российской Федерации. Задачи исследования: дать характеристику изменениям в розничном потребительском сервисе в процессе эволюционных изменений информационной и логистической инфраструктуры; описать модели логистических систем в традиционной розничной торговле и электронной коммерции. На основе сравнительного анализа традиционной розничной