

**Эволюция и современные тренды развития розничной сетевой торговли в России:
региональный аспект**

Аннотация. В статье рассматриваются исторические предпосылки возникновения и современное состояние розничной сетевой торговли в России. Автором выделены ключевые этапы эволюции торговых сетей в мире и в нашей стране, начиная с XIX века и заканчивая современным периодом цифровой трансформации. Особое внимание уделено анализу текущего положения розничной торговли в Приволжском федеральном округе (ПФО) на основе данных за 2021–2024 годы. В работе выявлены основные тенденции развития сетевого ритейла: региональная экспансия, консолидация игроков, развитие собственных торговых марок, рост интернет-торговли и цифровая трансформация. На основе статистических данных проведён анализ динамики и структуры оборота розничной торговли, а также доли сетевых структур в общем объёме розницы. Сделан вывод о постепенном снижении доли торговых сетей в ряде регионов при сохранении их высокой роли в экономике. Определены возможные экономические и социальные последствия уменьшения влияния сетевого ритейла для региональных бюджетов, рынка труда и местных производителей.

Ключевые слова: розничная сетевая торговля, торговые сети, ритейл, оборот розничной торговли, региональное развитие, цифровая трансформация, электронная коммерция, собственные торговые марки, консолидация рынка.

Abramova Lyubov Andreevna
Volga Region State University of Service

**Evolution and current trends in the development of retail chain trade in Russia:
a regional perspective**

Abstract. The article examines the historical background and current state of retail chain trade in Russia. The author identifies key stages in the evolution of retail chains globally and in Russia, starting from the 19th century up to the modern period of digital transformation. Special attention is paid to the analysis of the current situation of retail trade in the Volga Federal District (VFD) based on data for 2021–2024. The study reveals the main trends in the development of chain retail: regional expansion, consolidation of players, development of private labels, growth of e-commerce, and digital transformation. Based on statistical data, the author analyzes the dynamics and structure of retail trade turnover, as well as the share of chain structures in total retail volume. It is concluded that the share of retail chains is gradually declining in several regions, while their overall role in the economy remains high. The possible economic and social consequences of the decreasing influence of chain retail for regional budgets, the labor market, and local producers are identified.

Keywords: retail chain trade, retail chains, retail, retail trade turnover, regional development, digital transformation, e-commerce, private labels, market consolidation.

На сегодняшний день сектор розничной сетевой торговли является одним из наиболее активно растущих в отечественной экономике. Подобные торговые структуры во многом определяют доступность товарной массы для граждан, формируют условия для соперничества между производственными компаниями и пополняют доходную часть бюджета. Глобальные процессы, идущие в мировом хозяйстве, оказали серьёзное воздействие на ускоренное развитие сетевых форматов.

Становление розничных сетей — это продолжительный исторический процесс. Ниже в таблице 1 представлены главные вехи формирования сетевой торговли в нашей стране и за рубежом начиная с XIX столетия до наших дней.

Таблица 1 - Ключевые этапы формирования торговых сетей в России и мире

Период	Особенности этапа	Товарный профиль	Примеры названий торговых сетей
1	2	3	4
XIX век	Первые специализированные магазины и лавки, появление универмагов	Широкий ассортимент потребительских товаров	Marks & Spencer (Великобритания) Marshall Field's (США)
Начало XX века	Начало массового производства и распространения продуктов питания	Товары повседневного спроса, продукты питания	Woolworths (США) Auchan (Франция)
Первая половина XX века	Распространение крупных универсальных магазинов, формирование первых национальных торговых сетей	Универсальные товары широкого потребления	Carrefour (Франция) Walmart (США)
Вторая половина XX века	Развитие супермаркетов и гипермаркетов, рост количества региональных и федеральных сетей	Ассортимент продуктов питания и непродовольственных товаров	X5 Retail Group («Пятёрочка») (Россия) Tesco (Великобритания)
Современность (XXI век)	Активное внедрение технологий e-commerce, расширение цифровых платформ, увеличение роли онлайн-продаж	Онлайн-продажи товаров различного назначения	Amazon (США) Ozon (Россия)

Так, XXI век ознаменовался очередным витком преобразований, связанным с повсеместным внедрением электронной коммерции. Крупные онлайн-площадки вроде Amazon или Ozon прочно вошли в повседневную жизнь покупателей.

Сегодня торговые сети вносят существенный вклад в экономику государств, обеспечивая граждан необходимыми продуктами и услугами. Благодаря им обостряется конкурентная борьба, улучшается сервис и растёт товарное разнообразие. Следовательно, история развития сетевой розницы отражает общую эволюцию рыночной инфраструктуры — от маленьких профильных лавок до транснациональных гигантов и цифровых экосистем, предоставляющих людям удобный доступ к товарам.

Российские розничные сети прошли непростой путь преобразований, стартовавший в конце советской эпохи. Весь этот процесс распадается на несколько этапов, каждый из которых отражал перемены в национальной экономике, запросы покупателей и технологические сдвиги.

На старте 1990-х, после распада СССР, торговая отрасль кардинально поменялась. На смену государственным магазинам пришли частные предприниматели, работавшие преимущественно на рынках и в небольших точках». Однако уже к середине десятилетия стали зарождаться первые крупные сетевые структуры. Среди пионеров можно назвать

«Седьмой Континент» и «Перекрёсток», нацеленные на потребителей со средним достатком.

Кризис 1998 года подстегнул серьёзные сдвиги. Из-за девальвации рубль подорожало зарубежное, но подешевело местное производство. Покупатели стали активнее ориентироваться на невысокие цены, что создало условия для взлёта дискаунтеров. В тот период появились всем известные «Магнит» и «Дикси», которые предложили низкий прайс и широкую региональную экспансию. Эти сети сумели привлечь массового потребителя и нарастить рыночную долю.

В посткризисные 2000–2005 годы экономика росла, доходы населения повышались. Западные компании вновь обратили взгляд на Россию, запуская гипермаркеты и магазины формата cash&carry. Auchan, Metro и другие гиганты предложили покупателям огромные торговые площади и богатый ассортимент. Отечественные сети не отставали — X5 Retail Group, объединив «Пятёрочку», «Перекрёсток» и «Карусель», превратилась в одного из лидеров рынка.

В современных условиях дальнейшая судьба торговых сетей определяется рядом факторов. Во-первых, набирает силу мультиформатность, то есть сочетание в рамках одной сети разных типов магазинов. Во-вторых, конкуренция заставляет игроков изобретать новые способы привлечения клиентов. Наиболее популярным инструментом становятся собственные торговые марки, которые позволяют сокращать издержки на продвижение и наращивать доходность.

Современный этап характеризуется глубокими качественными изменениями в торговле, которые выражаются в нескольких устойчивых трендах, отраженных на рисунке 1.



Рисунок 1 – Современные тренды развития торговых сетей в регионах России

Опишем эти тенденции более подробно в таблице 2.

Таблица 2 - Современные тренды развития торговых сетей в регионах России

Тренды развития торговых сетей	Проявление в регионах РФ
Расширение присутствия в субъектах РФ (экспансия в регионы)	Крупные торговые объединения наращивают темпы выхода на рынки разных регионов, включая удаленные зоны. Для этого открываются точки различных форматов (дискаунтеры, гипермаркеты). Обострение борьбы между лидерами вынуждает их работать

	эффективнее и улучшать обслуживание клиентов.
Объединение участников рынка и развитие собственных брендов	Процессы слияния и поглощения стали ключевым инструментом трансформации розничной торговли. Бизнес таким образом старается продолжить рост. Пример: покупка X5 Retail Group сети «Спар», усилившая ее региональные позиции. Отечественные компании преуспели в продвижении частных марок (СТМ), что снижает цены и увеличивает ассортимент. Собственные бренды приносят сетям стабильную прибыль и дают производителям шанс выпускать нишевые товары. (Примеры: СТМ у «Магнита», «Ленты», «Перекрестка»).
Ускорение развития e-commerce и онлайн-сервисов.	Начиная с середины 2010-х гг. российские торговые сети в ответ на запрос аудитории об удобстве стали активно запускать онлайн-площадки. Появляются интернет-магазины «Ашана», «Магнита», «Лента» и другие.
Внедрение цифровых технологий и нейросетей.	Минувшее десятилетие характеризовалось повсеместной цифровизацией. Применение больших данных (Big Data), отслеживание поведения покупателей и алгоритмы искусственного интеллекта стали рядовой практикой. Они помогают повышать качество услуг, оптимизировать логистику и складские операции.
Значимость маркетплейсов и агрегаторов заказов.	Интенсивный подъем таких платформ, как Ozon, Wildberries, «СберМаркет», — ключевая черта современного этапа. Они предлагают огромный выбор товаров и удобный интерфейс, внедряя передовые решения (экспресс-доставка, постоплата). Успех маркетплейсов показывает, что модель «одного окна» востребована населением.

Так, современные реалии демонстрируют значительные концептуальные изменения в сетевой розничной торговле, связанные с цифровизацией, улучшением логистических процессов, а также с внедрением технологий искусственного интеллекта.

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что российская экономика демонстрирует гибкость и готовность к адаптации к внешним вызовам. Традиционные управленческие подходы уступают место современным, превращая торговые сети из простых точек продаж в важнейший элемент региональной и национальной экономики.

На наш взгляд, значительный научный и практический интерес представляет диагностика текущего состояния сегмента сетевой розницы в России, а также идентификация комплекса воздействующих детерминант. Цель настоящего исследования заключается в том, чтобы, опираясь на эмпирический анализ фактических данных, определить магистральные векторы эволюции сетевой розничной торговли в Российской Федерации.

Рассмотрим динамику и структуру розничного оборота (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика и структура оборота розничной торговли ПФО за 2021-2024 гг. [9]

	2021		2022		2023		2024	
Российская Федерация, млн. руб.	39 472 017,6		42 577 015,9		48 155 722,4		55 791 423,3	
Приволжский федеральный округ, млн. руб.	6 596 485,1		7 309 092,5		8 287 864,6		9 676 749,4	
Доля ПФО в обороте розничной торговли РФ, %	16,71		17,17		17,21		17,34	
Регионы ПФО	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Республика Башкортостан	1015846,5	15,40	1118044,1	15,30	1278431,0	15,43	1538312,3	15,90
Республика Марий Эл	108490,4	1,64	117081,0	1,60	134603,8	1,62	162348,6	1,68
Республика Мордовия	116697,7	1,77	135943,8	1,86	185393,4	2,24	217826,2	2,25
Республика Татарстан	1086401,2	16,47	1216319,2	16,64	1400327,8	16,90	1622149,9	16,76
Удмуртская Республика	265557,4	4,03	310625,7	4,25	338579,6	4,09	403261,1	4,17
Чувашская Республика	199903,7	3,03	220987,9	3,02	258320,2	3,12	299178,6	3,09
Пермский край	615914,7	9,34	660858,0	9,04	702720,4	8,48	822 437,6	8,50
Кировская область	236 122,5	3,58	259 177,9	3,55	282868,6	3,41	320 096,6	3,31
Нижегородская область	880 674,1	13,35	971 239,8	13,29	1093837,9	13,20	1 266 806,7	13,09
Оренбургская область	383 838,0	5,82	418 742,1	5,73	464868,3	5,61	532 776,5	5,51
Пензенская область	255 559,9	3,87	286 200,0	3,92	314060,6	3,79	361 298,1	3,73
Самарская область	757 582,5	11,48	835 385,3	11,43	990635,3	11,95	1 176 807,0	12,16
Саратовская область	449 078,0	6,81	507 660,2	6,95	568443,3	6,86	648 536,0	6,70
Ульяновская область	224 818,5	3,41	250 827,5	3,43	274774,4	3,32	304 914,2	3,15

Общая динамика оборота розничной торговли в РФ и ПФО отражена на рисунке 2.

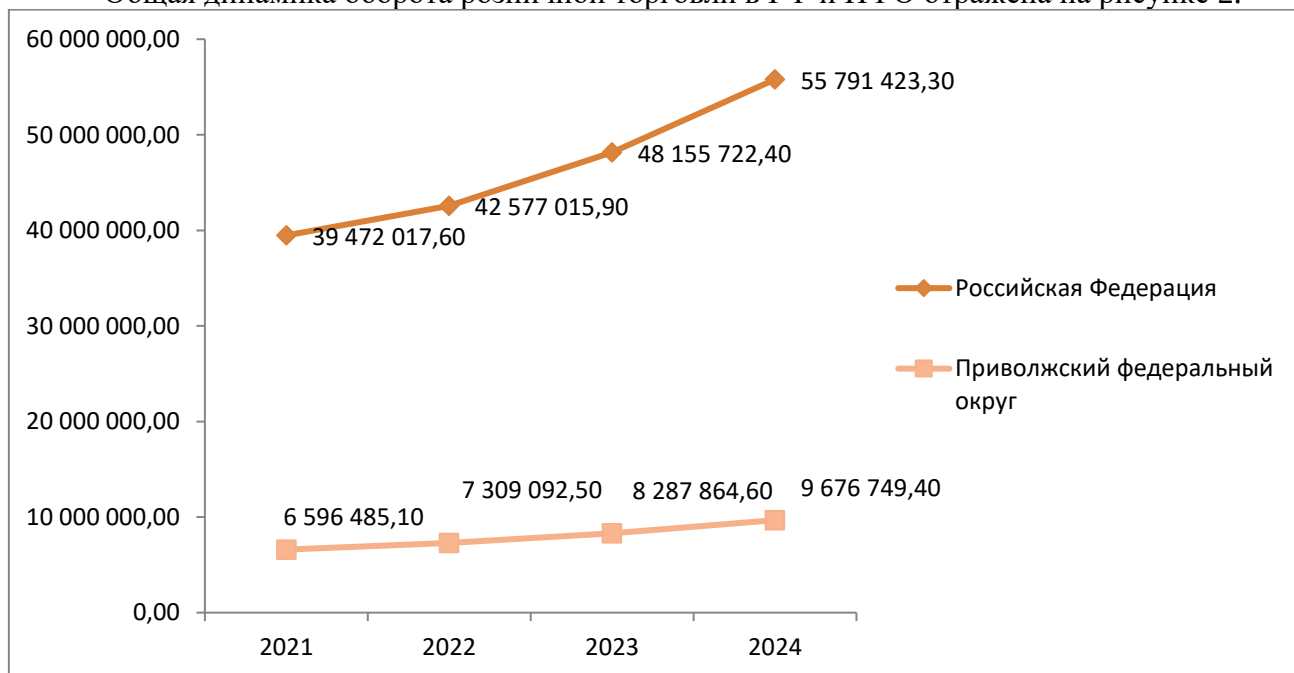


Рисунок 2 - Общая динамика оборота розничной торговли в РФ и ПФО

За период с 2021 по 2024 год в России наблюдался уверенный рост оборота розничной торговли. Общенациональный показатель увеличился с 39 472 017,6 млн руб. до 55 791 423,3 млн руб. Абсолютный прирост составил 16 319 405,7 млн руб. Этот рост можно

назвать равномерным и поступательным. Наибольший скачок (+7 635 700,9 трлн руб. к 2023 году) пришёлся на 2024 год, что объясняется как потребительской активностью, так и инфляционными факторами.

Приволжский федеральный округ стабильно удерживает заметную долю в общероссийском обороте, показывая положительную динамику как в абсолютном, так и в относительном выражении. Доля ПФО поднялась с 16,71% в 2021 году до 17,34% в 2024 году, что говорит об опережающем развитии округа относительно среднероссийских темпов. Оборот розницы в ПФО увеличился на 3 080 264,3 млн руб. (рост в 146,70%).

Анализ в разрезе регионов обнаруживает высокую концентрацию товарооборота в нескольких лидирующих субъектах. На основе динамики объёмов и долей нами была проведена типология регионов ПФО (таблица 4).

Таблица 4 - Типология регионов Приволжского федерального округа по динамике объема и доли оборота розничной торговли

1 группа	Лидеры (Топ-3)	Республика Татарстан Республика Башкортостан Нижегородская область
2 группа	Регионы с растущей долей рынка (регионы-драйверы)	Республика Мордовия Самарская область Удмуртская Республика Республика Марий Эл
3 группа	Регионы со снижающейся долей	Пермский край Оренбургская, Кировская Ульяновская области

На протяжении всего периода твёрдое лидерство удерживают три региона, формирующих основу розничного рынка ПФО:

1. Республика Татарстан – первое место. Доля варьируется в границах 16,5–16,9%. Несмотря на небольшое падение доли в 2024 году (16,76% против 16,90% годом ранее), вклад региона в оборот округа остаётся максимальным.

2. Республика Башкортостан – второе место. Здесь видна наиболее выраженная позитивная динамика доли: с 15,40% в 2021 до 15,90% в 2024, что указывает на ускорение потребительского спроса.

3. Нижегородская область – третье место. В отличие от соседей, доля области последовательно снижается (с 13,35% до 13,09%), что может говорить об относительном замедлении розничной динамики.

Изучение динамики и структуры розничного оборота ПФО за 2021–2024 годы позволяет заключить, что розничная торговля в России в указанном периоде находилась в фазе подъёма. Давление извне и перестройка хозяйства не разрушили потребительский рынок — он не только устоял, но и нарастил номинальные обороты, достигнув пика в 2024 году.

ПФО выступает в роли локомотива роста. Увеличение его доли в общероссийском обороте (до 17,34%) свидетельствует о смещении потребительской активности в регионы Поволжья либо о более эффективном развитии торговой инфраструктуры именно здесь. Оборот розницы в ПФО отличается высокой степенью концентрации: четыре региона (Татарстан, Башкортостан, Нижегородская и Самарская области) дают около 58–60% всего оборота округа.

Значимую роль в обороте розницы играют торговые сети. Благодаря масштабу, централизованным закупкам и современной логистике они могут предлагать широкий ассортимент по конкурентным ценам, повышать стандарты обслуживания и внедрять инновации (программы лояльности, онлайн-продажи, автоматизацию). В то же время укрепление позиций сетей ведёт к вытеснению традиционных форматов (рынков, лавок),

поскольку люди всё чаще отдают предпочтение удобству и надёжности.

Поэтому анализ доли торговых сетей в обороте розницы становится важным инструментом понимания экономических процессов, оценки конкуренции и прогнозирования. Переход к этому показателю позволяет выявить ключевые факторы роста и определить лидеров.

Информация о доле оборота розничных торговых сетей в РФ и ПФО представлена в таблице 5.

Таблица 5 - Доля оборота розничной торговли розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли, %

Регион	2021	2022	2023	2024	Изменение, %	
					2024/2021	2024/2023
Российская Федерация	38,9	39,8	37,1	36,0	-2,9	-1,1
Приволжский федеральный округ	38,2	39,1	36,9	35,7	-2,5	-1,2
Республика Башкортостан	31,4	31,9	29,1	28,8	-2,6	-0,3
Республика Марий Эл	48,6	50,5	44,5	44,2	-4,4	-0,3
Республика Мордовия	41,7	42,7	37,8	34,9	-6,8	-2,9
Республика Татарстан	34,1	34,7	32,5	32,6	-1,5	0,1
Удмуртская Республика	38,7	41,1	39,5	39,7	1	0,2
Чувашская Республика	41,8	43,8	38,1	36,4	-5,4	-1,7
Пермский край	38,0	42,5	41,9	41,7	3,7	-0,2
Кировская область	41,6	46,2	42,4	42,9	1,3	0,5
Нижегородская область	42,1	40,9	39,0	35,0	-7,1	-4
Оренбургская область	36,3	37,0	39,1	37,0	0,7	-2,1
Пензенская область	35,7	33,8	35,7	34,7	-1	-1
Самарская область	42,8	42,8	39,6	36,2	-6,6	-3,4
Саратовская область	42,2	42,8	39,9	40,1	-2,1	0,2
Ульяновская область	42,2	45,0	42,8	44,8	2,6	2

Из данных таблицы 5 можно сделать следующие выводы. В целом по РФ доля сетей в общем объеме розницы за 2021–2024 гг. незначительно снизилась с 38,9% до 36,0%. То есть роль сетей остаётся высокой, но их доля постепенно сокращается. В ПФО и большинстве его регионов динамика аналогична (доля либо снижается, либо стабилизируется). Исключения — Удмуртская Республика (+1%), Кировская (+1,3%) и Ульяновская (+2,6%) области, где зафиксирован рост. Самая высокая доля сетей в 2024 году — в Республике Марий Эл (44,2%) и Пермском крае (41,7%), самая низкая — в Башкортостане (28,8%) и Пензенской области (34,7%).

В некоторых регионах (Мордовия, Нижегородская и Самарская области) произошло заметное падение доли сетей, что может объясняться усилением малого бизнеса или изменением покупательских привычек. В то же время в Кировской и Ульяновской областях наблюдается рост, что говорит о развитии сетевого ритейла.

В целом по стране доля сетей остаётся стабильно высокой, но темпы роста

замедлились, а в ряде мест доля даже сокращается. Причины: насыщение рынка, альтернативные форматы, меры поддержки малых предпринимателей.

Снижение доли торговых сетей в розничном обороте способно повлечь за собой определённые последствия для экономики регионов и потребителей (рисунок 3).



Рисунок 3 – Последствия снижения доли торговых сетей в обороте розничной торговли для экономики регионов

Выполненное в рамках данной статьи исследование даёт основания для формулировки ряда ключевых итоговых положений.

1. Эволюционный путь, пройденный российской розничной сетевой торговлей, охватывает период от стихийных рыночных точек и частных ларьков начала 1990-х годов до современных цифровых экосистем и крупных мультиформатных сетевых структур.

2. В интервале 2021–2024 годов номинальные объёмы розничной реализации как в целом по Российской Федерации, так и в пределах Приволжского федерального округа демонстрировали устойчивую положительную динамику. При этом удельный вес розничных сетей в совокупном товарообороте за аналогичный временной промежуток обнаружил тенденцию к незначительному понижению: с 38,9% до 36,0% в общероссийском масштабе и с 38,2% до 35,7% в границах ПФО.

3. Снижение доли сетевых структур в рознице способно обернуться для экономики регионов рядом негативных последствий, а именно: уменьшением налоговых поступлений в местные бюджеты, торможением внедрения технологических новаций, усложнением сбытовых возможностей для локальных товаропроизводителей, а также сокращением числа вакансий с устойчивыми условиями занятости.

4. Констатированное падение доли не отменяет того факта, что розничные сети сохраняют за собой статус базового компонента современной торговой инфраструктуры. Их дальнейшее развитие нуждается в поддержке, однако при этом необходимо выдерживать паритет интересов между крупными, средними и малыми предпринимательскими структурами, принимая во внимание значимость сохранения многообразия торговых форматов для конечных потребителей.

Список источников

1. Data Insight. Рынок маркетплейсов: динамика и ориентиры / Ф. В. Вирин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datainsight.ru/> (дата обращения: 20.03.2026).
2. INFOLine. Ключевые вызовы и перспективы ритейла и e-commerce [Электронный ресурс] / М. Бурмистров // Forbes Russia. – 2024. – Март. – Режим доступа: <https://fcongress.forbes.ru/assets/images/files/jt26n8.pdf> (дата обращения: 03.06.2026).
3. X5 Retail Group. Финансовые результаты X5 за 2025 год [Электронный ресурс] : пресс-релиз от 20.03.2026. – Москва, 2026. – Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/investors/financial-statements/> (дата обращения: 03.06.2026).
4. Анализ факторов развития розничных рынков административных районов (на примере Приволжского федерального округа) [Электронный ресурс] // Всероссийский институт аграрных проблем и информатики имени А.А. Никонова. – 2024. – 4 июня. – Режим доступа: <http://viapi.ru/news/detail.php?ID=230431> (дата обращения: 03.06.2026).
5. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. – 15-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 456 с. – ISBN 978-5-394-05171-5.
6. Мухометзянов, Д. О. Экономическое пространство региона и ресурсный потенциал территории / Д. О. Мухометзянов // Экономика, управление и политика: проблемы теории, практики и взаимодействия : материалы ежегодной Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Тверь, 22–26 апреля 2024 года. – Тверь: Тверской государственный университет, 2024. – С. 222–226.
7. Орлов, Л. С. Ресурсный потенциал маркетплейсов в национальной экономической системе России / Л. С. Орлов // Экономические системы. – 2024. – Т. 17, № 3 (66). – С. 25–31.
8. Радаев, В. В. Эволюция организационных форм в российской розничной торговле: от традиционных сетей к цифровым платформам / В. В. Радаев // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2022. – Т. 25, № 1. – С. 7–35.
9. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. Основные показатели социально-экономического положения муниципальных образований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://63.rosstat.gov.ru/main_indicators (дата обращения: 05.03.2025).
10. Траектории цифровой трансформации в розничной торговле: от классических форматов к платформенным бизнес-моделям // Russian Journal of Management. – 2026. – 23 апреля. – С. 193–206.
11. Цифровая трансформация розничной торговли: институциональные и экономические аспекты развития интернет-торговли [Электронный ресурс] // Journal of Monetary Economics and Management. – 2026. – Режим доступа: <https://jomeam.ru/en/nauka/Article/111668/review/9875/view> (дата обращения: 03.06.2026).
12. Шкуро, И. С. Пространственное развитие как основа для новых точек роста экономики в России / И. С. Шкуро // Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов : сборник научных статей X научно-практической международной конференции, Орёл, 06 декабря 2024 года. – Орёл: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Москва), 2024. – С. 165–168.

Сведения об авторах

Абрамова Любовь Андреевна, кандидат экономических наук, доцент Высшей школы экономики и управления, ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервис», г. Тольятти, Россия

Information about the authors

Abramova Lyubov Andreevna, PhD in Economics, Associate Professor at the Higher School of Economics and Management, Volga State University of Service, Tolyatti, Russia