

Астраханцева Арина Сергеевна
Иркутский государственный университет путей сообщения (ИрГУПС)
Чмель Ольга Юрьевна
Иркутский государственный университет путей сообщения (ИрГУПС)

Актуальные проблемы регионального ритейла в России

Аннотация. В работе последовательно рассматриваются различные взгляды исследователей на понятие о ритейле в России. Выделяются основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия торговли в современных экономических реалиях. Рассматриваются экономические причины, позволяющие подчеркнуть важность исследований в области развития отечественного ритейла, определяется его роль в экономической отрасли. Сформулирован перечень актуальных проблем, с которыми сталкивается ритейл в целом, а также на региональном уровне своего развития. Производится попытка последовательного раскрытия подходов к решению сформулированных проблем, как с точки зрения мониторинга изменения условий внешней среды, так и с позиции реализации внутренних возможностей и развития потенциала отечественных предприятий торговли.

Ключевые слова: ритейл, розничная торговля, сбытовая деятельность, торговое дело.

Astrakhantseva Arina Sergeevna
Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russian Federation (IrGUPS)
Chmel Olga Yurievna
Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russian Federation (IrGUPS)

Current regional retail development issues in Russia

Abstract. This paper consistently examines various scholarly perspectives on the concept of retail in Russia. It highlights the key challenges facing retailers in today's economic environment. It examines the economic factors that underscore the importance of research into the development of domestic retail, defining its role in the economic sector. A list of current challenges facing retail as a whole, as well as at the regional level formulated. An attempt is made to consistently explore approaches to addressing these challenges, both from the perspective of monitoring changing external conditions and from the perspective of realizing the internal capabilities and developing the potential of domestic retailers.

Keywords: retail, retail trade, sales activities, trading.

Розничная торговля играет одну из основных ролей в современной экономике, выступая связующим звеном между производителем и потребителем и являясь важным индикатором экономического благосостояния страны. В изменяющемся мире предприятия розничной торговли стали привычной частью ежедневной рутины, а розничные бренды – постоянные ориентиры в жизни.

Понятие «ритейл» происходит от английского слова «retail», которое, в свою очередь, имеет французские корни. Старофранцузский глагол «retaillier», означающий «разрезать», «отрезать часть», «дробить», точно отражает суть розничной торговли: покупку товаров крупным оптом и последующую их продажу отдельными, «отрезанными» частями – конечным потребителям. [1]

В английском языке к середине XV века слово «retail» закрепилось в значении «продажа мелкими партиями».

Согласно точке зрения Ивановой Е.А., ритейлом может называться компания или индивидуальный предприниматель, занимающийся торговлей и реализацией услуг. Этой же позиции придерживается Егорова Т.В., но предлагая более конкретное определение и рассматривая ритейл как компанию (организацию) или предпринимателя, осуществляющую реализацию продукции различных производителей, то есть сбывающую товары и услуги в розницу. Оба автора подчеркивают, что ритейл можно рассматривать не только как определенную компанию, но и как индивидуального предпринимателя. [2,3]

Балаценко А.И подчеркивает масштаб деятельности. По его мнению, ритейл является одной из разновидностей розничной торговли при которой объем сопоставим с оптовой, то есть закупаемая продукция у производителя оптом в последствии перепродается рознично потребителям в соответствующем закупочном объеме. [4]

Чагарова Д.Б рассматривает ритейл с юридической точки зрения: «Ритейл - это вид предпринимательской деятельности в сфере торговли, связанный с реализацией товаров потребительского назначения непосредственно потребителю для личного, семейного, домашнего использования». [5]

Попова Е.М же считает, что ритейл предполагает большое разнообразие реализуемых товаров и услуг, сосредоточенных в одном месте, что позволяет реализовать товары в объемах, сопоставимых с товарооборотом розничной торговли. [6]

Таким образом, проанализировав различные авторские позиции, можно сделать вывод о том, что ритейл представляет собой предпринимательскую деятельность по продаже товаров или оказанию услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования.

Роль ритейла в экономике многогранна и выходит далеко за рамки простой продажи товаров конечному потребителю, среди основополагающих можно выделить следующие:

- стабилизирующая роль, обеспечивая бесперебойные поставки товаров первой необходимости, ритейл поддерживает социальную и экономическую стабильность в стране;

- ценообразующая роль, поскольку непосредственно в секторе ритейла формируется конечная цена для потребителя. Конкурентная борьба за покупателя оказывает влияние и на цены, заставляя ритейлеров искать оптимальные ценовые предложения и тем самым сдерживая инфляцию;

- ритейл является своего рода двигателем развития смежных отраслей, ведь развитие ритейла представляет собой сложную экосистему и напрямую стимулирует рост логистики, складского хозяйства, информационных технологий, пищевой промышленности и упаковочного производства для дальнейшего развития народного хозяйства;

- отображение потребительских трендов. Ритейл первым реагирует на изменения в поведении покупателей: рост спроса на здоровое питание, товары для дома, онлайн покупки.

Ритейл играет одну из главных ролей в экономике страны. По данным Росстата за 2024 год, объем розничной торговли в России вырос на 7,2% и составил 55,59 трлн. рублей. Ожидается, что в ближайшие несколько лет он будет только расти. [7]

ВВП является одним из ключевых макроэкономических показателей развития экономики любой страны и ритейл вносит прямой вклад в ее развитие.

По данным, приведенным в таблице 1, за последние три года среди отраслей-лидеров, дающих самый большой рост ВВП России, неизменно находилась отрасль торговля. [8]

Таблица 1 – Данные о развитии ведущих отраслей народного хозяйства 2022-2024 гг., %

Наименование отрасли	2022 г.	2023 г.	2024 г.
ВВП в рыночных ценах	100	100	100
Торговля оптовая и розничная	13,0	12,9	12,8

Обрабатывающие производства	12,8	12,9	13,1
Добыча полезных ископаемых	11,3	11,1	11,0
Транспортировка и хранение	6,3	6,3	6,3
Строительство	6,0	6,1	6,2
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	3,0	3,0	3,0
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	2,5	2,5	2,5
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	0,4	0,4	0,4

Исходя из показателей, приведенных в таблице 1, можно заключить, что доля розничной и оптовой торговли в ВВП страны остается практически неизменной и стоит на первом месте в общей структуре. Это свидетельствует о том, что обозначенная доля вносит значительный вклад в отечественный внутренний валовой продукт, что подчеркивает важность эффективного функционирования данного сектора для поддержания экономического роста и обеспечения занятости населения.

Нельзя не отметить, что розничная торговля так же является основным источником налоговых поступлений. Ритейл входит в тройку крупнейших налогоплательщиков, финансируя государственный бюджет. Значительный приток, прежде всего, поступает через два ключевых налога:

- во-первых, налог на добавленную стоимость (НДС). Поступления по НДС на товары внутри страны составили 8,7 трлн. рублей, увеличившись на 21,6% за год. Розничная торговля - основной генератор этого налога. [9]

- во-вторых, налог на доходы физических лиц (НДФЛ). Поступления НДФЛ выросли на 28,1%, достигнув 8,4 трлн. рублей. Этот рост связан с высоким уровнем занятости в торговле, которая является крупнейшим работодателем в стране. [10]

Высокая доля розничной торговли в налоговых доходах свидетельствует об устойчивости потребительского спроса и позволяет финансировать социальные обязательства России.

По данным торговых сетей, по большинству продуктов питания доля российских производителей достигает сегодня на полках 90% и более. Ритейл обеспечивает население доступными отечественными товарами. Производители, в свою очередь, получают гарантированный канал сбыта, что позволяет им планировать инвестиции и развитие. Такой симбиоз снижает зависимость от импорта, укрепляет продовольственную безопасность страны и создает замкнутый экономический цикл, когда деньги потребителей остаются внутри национальной экономики, поддерживая отечественного производителя и формируя налоговые поступления в бюджет. [11]

Ритейл, несомненно, является и крупнейшим работодателем страны. Только в сфере торговли занято около 13 миллионов человек. Это делает ритейл фундаментом социальной стабильности, обеспечивая стабильный доход и формируя потребительский спрос, который стимулирует развитие смежных отраслей.

Не стоит забывать и о социально-экономической составляющей. Рост товарооборота (на 7,2% в 2024 году) свидетельствует о восстановлении потребительского спроса и адаптивных возможностях экономики, в то время как развитие дискаунтеров и доступного

с ценовой точки зрения сегмента торговых предприятий обеспечивает социальную защиту населения в периоды нестабильности.

Таким образом, ритейл не просто отражает состояние экономики, но и активно формирует ее, оставаясь необходимым условием для социальной стабильности и экономического роста, что подчеркивает ее значимость в России.

Российский ритейл, являясь важнейшей отраслью экономики, в последние годы сталкивается с многочисленными проблемами, среди которых можно выделить следующие:

1. Экономический фактор.

Кредитная нагрузка и значительная стоимость привлечения заемных средств. Значительная часть экономически активного населения остается в значительной степени обремененной кредитной нагрузкой, что ограничивает потенциал роста спроса будущих периодов. Рекордные ставки по потребительским кредитам являются не привлекательными для огромного числа потребителей.

С другой стороны, снижение платежеспособного спроса само по себе заставляет потребителей сохранять сберегательную модель поведения, продолжая оптимизировать корзину расходов. Наблюдается устойчивая тенденция на потребительскую переориентацию от дорогостоящих товаров народного потребления в средний и даже более низкий ценовые сегменты.

Можно считать, что данная проблема может быть также связана с комплексом внешних факторов, таких как: многолетнее сокращение реальных доходов населения, экономический кризис, инфляция и последствия введения множества экономических санкций. Все перечисленное привело к изменению отечественного потребительского поведения, а также к последующему поступательному изменению структуры спроса. Также необходимо отметить, что снижение потребительского спроса проявляется не столько в отказе от повседневных товаров первой необходимости, сколько в сокращении доли непродовольственных товаров в общем объеме приобретаемых потребительских товаров.

В качестве решения сформулированной проблемы может быть предложена адаптация отечественного ритейла к новой экономической реальности. В данном случае действенным инструментом может быть отход от привлечения все новых и новых клиентов к разработке механизма системного обслуживания постоянных клиентов, что вызовет сокращение затрат на продвижение реализуемой продукции. Таким образом можно будет добиться более существенного удержания постоянных потребителей, вырабатывая у них механизм постепенного увеличения объема и частоты производимых покупок, увеличивая потребительскую лояльность по отношению к конкретному ритейлеру. [12,13]

2. Демографический и кадровый фактор.

Неблагоприятные демографические тенденции не являются новым фактором, поскольку сохраняются уже ни одно десятилетие. Проблемы, связанные со старением населения, сокращением рождаемости и уменьшением доли трудоспособного и экономически активного населения создают долгосрочный структурный вызов для всей отрасли, однако данная проблема носит системный характер и распространяется преимущественно на большинство так называемых развитых стран мира.

В настоящее время затяжная ситуация неблагоприятного демографического положения в России и в мире оказывает существенное отрицательное влияние на отечественный рынок труда в целом, и ритейл в частности. Среди основных причин демографического спада могут быть названы такие как общее ощущение нестабильности экономической ситуации, поступательный рост инфляции, которая в конечном счете снижает покупательную способность населения, приводя к снижению возможности удовлетворения различного рода потребностей.

Экономический фактор существенно влияет на исследуемый процесс: рост инфляции, снижение покупательной способности, высокий уровень закредитованности населения, падение продаж жилья и отсутствие финансовой стабильности. Все перечисленное существенно снижает степень уверенности достаточно молодых соотечественников в

завтрашнем дне, и заставляет отложить ответственные решения на неопределенный срок, ориентированный в будущее.

В качестве социальных факторов по-прежнему может быть особо отмечен жилищный вопрос, поскольку многие люди ассоциируют пополнение в семье с наличием собственной жилой площади. Отдельной проблемой предстает высокая занятость женщин детородного возраста в экономических процессах, недостаточность социальной поддержки и чрезвычайно малая доступность детских садов и, в особенности, ясельных групп в настоящее время.

Для решения данных проблем в настоящее время ведется существенная работа со стороны государства. Производится соответствующая пролонгация программ поддержки семей с детьми, своевременно производится индексация материнского капитала. Подчеркивается важность ведения борьбы с вредными привычками, цель которых снижение уровня смертности населения. В условиях недостатка различного рода рабочей силы особое значение приобретает миграционная политика, но, по мнению большинства соотечественников, привлечение мигрантов к решению задачи трудового дефицита не является ключом решения проблемы, кроме того, согласно последним исследованиям количество трудовых мигрантов в Российскую Федерацию в настоящее время сокращается. В качестве внутренних резервов способных раскрыть трудовой потенциал рассматриваются так называемые новые формы занятости, включая работу на дистанционной основе, работу неполный рабочий день, что способно оказать содействие в возвращении в трудовую деятельность граждан пенсионного возраста. Отдельно необходимо отметить растущую популярность автоматизации и информатизации различных отраслей народного хозяйства, в том числе и торгового сектора. [14]

Кадровый голод. Дефицит квалифицированных кадров охватывает все уровни: от линейного персонала до управленческого. Низкая привлекательность рабочих мест в ритейле, высокая психологическая нагрузка и отсутствие карьерных перспектив усугубляют проблему исследуемого сектора экономики. Рассмотрим следующие причины природы возникновения проблемы недостаточности кадров, например, таких:

1. Нехватка специалистов с опытом открытия и управления сетевыми объектами (менеджеров по развитию, управляющих магазинами, региональных директоров).

2. Перемещение столичных специалистов в регионы экономически невыгодно (требуется удвоения зарплаты) и часто непривлекательно для самих топ-менеджеров, которые не видят в этом карьерного роста.

3. В регионах часто просто нет людей с необходимым опытом работы в сетевой торговле, так как эта отрасль молодая.

В качестве путей для решения обозначенных проблем можно предложить:

- во-первых, перемещение работников из более устойчивого предприятия в менее устойчивое, в рамках их рабочей деятельности. Это позволит немедленно получить готового специалиста с необходимыми навыками. Однако данный путь финансово невыгоден работодателю и имеет низкую привлекательность и для самих работников.

- во-вторых, обучение работников, проживающих в локациях размещения бизнес-юнитов ритейлера. Данный вариант более привлекателен, так как работники, которые проживают непосредственно в месте расположения ритейлера лучше знают региональные особенности потребительских предпочтений, работы с поставщиками и контактными аудиториями, все это в целом позволяет существенно снизить риски, возникающие в операционной деятельности. [15]

Находя оптимальные соотношения обозначенных подходов на практике отечественные ритейлеры смогут найти подходы к решению кадровых проблем.

Отдельное влияние оказывает технологический фактор. Медленное развитие цифровых экосистем ритейла. В настоящее время большинству отечественных экосистем не хватает масштабы, данных и компетенций для создания единых цифровых платформ.

Современные исследователи обуславливают это тем, что новым компаниям торговой сферы приходится сталкиваться с сильной конкуренцией со стороны цифровых лидеров, монополизирующих свое положение на рынке.

Решением же данной проблемы автор представляет возможным на основе нормативно-правового закрепления принципов развития цифровых экосистем бизнеса, вопросы использования больших данных, вводя специальные правовые режимы для предприятий, осуществляющим цифровые трансформации. При этом антимонопольное законодательство не должно запрещать сотрудничество компаний в рамках формирования цифровых экосистем, однако должно пресекать попытки влияния на конкуренцию на рынке. [16]

Данное решение формирует основу для преодоления неполноты цифрового развития ритейла через кооперацию и правовую поддержку.

Цифровой разрыв между регионами имеет особое значение, поскольку развитие современных технологий и инфраструктуры по-прежнему сконцентрировано в крупнейших городах, в то время как во многих регионах ключевым фактором успеха остается физическое местоположение магазина.

По мнению отечественных исследователей, российский рынок сетевого ритейла характеризуется как мало насыщенный, со значительной дифференциацией доходов населения и уровнем развития торговых сетей в разных регионах. Существует нехватка качественных торговых площадей, а освободившиеся объекты недвижимости часто не используются из-за юридических и финансовых проблем. Также отмечается наличие логистических сложностей, связанных с доставкой товара в отдаленные уголки страны. В большинстве своем доставка материальных ценностей сопровождается задержками, недопоставками, проблемами с таможенными продуктами и контролем сроков годности.

В качестве решения обозначенных проблем предлагается следующий комплекс мер:

- создание региональных логистических центров, через объединение местных сетей для получения возможности совместного распоряжения складами, что позволит оперативно пополнять запасы, расширять ассортимент, снижать издержки и различного рода риски;

- формирование общей региональной системы управления цепями поставок, которая может включать в себя мониторинг логистических процессов, оптимизацию материальных потоков и снижение совокупных затрат;

- развитие торговых марок местного производства, которое позволило бы усилить спрос посредством адаптации продукта к потребностям местного потребителя, таким образом может быть достигнут определенный баланс между ценой и качеством производимой продукции, что имеет существенную важность для развития региональной экономики всех без исключения субъектов федерации.

Предложенные меры позволят не только преодолеть разрыв в экономическом развитии между регионами, но и окажет содействие для дальнейшего успешного развития розничной торговли в различных регионах, что особенно необходимо в современных условиях высокой изменчивости закупочных цен, инфляции и растущей ценовой чувствительности потребителей.

Список источников

1. Консалтинговый центр «Профдело». Официальный сайт. Ритейл: от истории до инновации в розничной торговле. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.profdelo.com/blog/riteyl-ot-istorii-do-innovatsiy-v-roznichnoy-torgovle/> (дата обращения: 16.10.2025)

2. Иванова, Е. А. Современное состояние и тенденции развития продуктового ритейла в России / Е. А. Иванова // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2018. – № 1(27). – С. 23-27. – EDN XRTODZ.

3. Егорова Т.В. Словарь иностранных слов русского языка. – М.: «Аделант», 2014. – 800с.

4. Моисеев, В. В. Анализ функционирования ритейловых сетей / В. В. Моисеев, А. И. Балащенко // Вестник науки. – 2018. – Т. 1, № 9(9). – С. 107-108. – EDN YPCYFN.
5. Чагарова, Д. Б. Бухгалтерский учет тары и тарных материалов в организациях розничной торговли / Д. Б. Чагарова, Л. С. Боташева // Academy. – 2018. – № 4(31). – С. 44-48. – EDN YVAAMF.
6. Попова, Е. М. Становление и особенности развития российского продуктового ритейла : специальность 08.00.01 "Экономическая теория" : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Попова Елена Михайловна. – Хабаровск, 2015. – 176 с. – EDN YIURVN.
7. TADVISER.RU Государство. Бизнес. Технологии. Официальный сайт. Розничная торговля в России. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Розничная_торговля_в_России# (дата обращения: 15.10.2025).
8. Судебные и нормативные акты РФ. Официальный сайт. Структура ВВП в разрезе видов экономической деятельности. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sudact.ru/law/informatsiia-minekonomrazvitiia-rossii-stsenarnye-usloviia-osnovnye-parametry/kharakteristika-makroekonomicheskikh-parametrov-bazovogo-varianta/strukturnye-sdvgi-v-ekonomike/tablitza-4/> (дата обращения: 17.10.2025).
9. Головань, С. А. Налоговое стимулирование благотворительности: оценка эффективности льгот на примере банковского сектора / С. А. Головань // Baikal Research Journal. – 2016. – Т. 7, № 2. – С. 6. – DOI 10.17150/2411-6262.2016.7(2).6. – EDN VREKRZ.
10. Федеральная налоговая служба. Официальный сайт. С 1 ноября 2025 года вступает в силу новый порядок учета и погашения задолженности физических лиц. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/16562447/ (дата обращения: 20.10.2025).
11. РИА Новости. Официальный сайт. В России доля отечественных продуктов в магазинах достигла 90 процентов. [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20231108/rf-1908175932.html> (дата обращения: 20.10.2025).
12. Парамонова, Т. Н. Проблемы развития российского ритейла / Т. Н. Парамонова, И. Н. Попова // Практический маркетинг. – 2014. – № 4(206). – С. 20-24. – EDN RZUNFT.
13. Инфраструктурные аспекты управления социально-экономическими системами / И. Ю. Сольская О. И. Русакова, А. С. Меркулов [и др.]. – Иркутск : Иркутский государственный университет путей сообщения, 2022. – 310 с. – ISBN 978-5-98710-386-9. – EDN DNQYLU.
14. Рубцова, Н. В. Медиасистема университета и оценка эффективности ее функционирования / Н. В. Рубцова, А. С. Астраханцева // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – Т. 11, № 2. – С. 322-341. – DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(2).322-341. – EDN RLHMAZ.
15. Рябущенко, О. А. Анализ страхового рынка в рамках реализации стратегии развития страховой деятельности / О. А. Рябущенко, Л. С. Бородавко, Г. А. Хоменко // Baikal Research Journal. – 2022. – Т. 13, № 3. – DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(3).7. – EDN EPTTBS.
16. Чернова, О. А. Цифровые экосистемы ритейла: возможности и проблемы развития / О. А. Чернова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2024. – № 3(53). – С. 375-380. – EDN EPSEKO.

Сведения об авторах

Астраханцева Арина Сергеевна – к.э.н., доцент кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Россия

Чмель Ольга Юрьевна – студент, направление подготовки Менеджмент, профиль «Логистика и управление цепями поставок», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Россия

Information about the authors

Astrakhantseva Arina Sergeevna – Candidate of Economic Sciences, Associate professor, Department of Financial and Strategic Management, Irkutsk, Russia

Chmel Olga Yurievna – student, 38.03.02 Management, Logistics and Supply Chain Management, Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russia