

На правах рукописи



Попенкова Дарья Константиновна

**Трансформация розничной торговли в условиях технологических
изменений экономики России**

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Москва – 2024

Работа выполнена на базовой кафедре торговой политики в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва.

Научный консультант: **Стукалова Ирина Борисовна**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Азарян Елена Михайловна**
доктор экономических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», проректор по научной работе, кафедра маркетинга и торгового дела, профессор

Дашков Леонид Павлович
доктор экономических наук, профессор
АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», кафедра менеджмента и торгового дела, профессор

Стыцюк Рита Юрьевна
доктор экономических наук, профессор,
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», кафедра международного туризма, гостиничного бизнеса и социального менеджмента, заместитель заведующего кафедрой, профессор

Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Защита состоится 09 октября 2024 г. в 13:00 на заседании диссертационного совета 24.2.372.06 на базе ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» по адресу: 115054, г. Москва, Стремянный переулок, д. 36, ауд. 353.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в Научно-информационном библиотечном центре имени академика Л.И. Абалкина ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» по адресу: 115054, г. Москва, ул. Зацепы, д. 43 и на сайте организации: <http://ords.rea.ru>.

Автореферат разослан «__» июня 2024 года

Ученый секретарь

диссертационного совета 24.2.372.06
кандидат экономических наук, доцент



Красильникова
Елена Анатольевна

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования определяется необходимостью исследования процессов трансформации розничной торговли, обусловленных следующими предпосылками:

- согласно национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации», предполагается ускоренное внедрение цифровых технологий в экономике и социальной сфере, повышение качества жизни людей, что не может не затрагивать сферу торговли;

- происходит процесс наращивания доли крупных торговых сетей в товарообороте, которые становятся ключевыми субъектами торгово-предпринимательской деятельности, влияя на комплексное развитие торговли в стране; приняв на себя частично функции оптового звена, торговые сети способствуют размыванию границ между розничной и оптовой торговлей. Происходит процесс развития дополнительных услуг, оказываемых торговлей, требующий пересмотра сущности торговли;

- пандемия COVID-19 дала толчок беспрецедентному росту электронной торговли, после чего произошел рост доли маркетплейсов, а также компаний сферы экспресс-доставки товаров, что побуждает необходимость нового подхода к определению дальнейших векторов развития торговли в России;

- происходят социально-демографические изменения, а именно - увеличение доли поколения Z, у которого наблюдается склонность к более ответственной социальной позиции, повышенная важность темы устойчивого развития бизнеса, общества, экономики. В этой связи торговле необходима стратегия развития, соответствующая всемирным целям устойчивого развития;

- меняются бизнес-модели ритейлеров, что оказывает влияние на тип конкуренции и требует переосмысления процессов взаимодействия субъектов торговли, государства и негосударственных организаций, то есть происходит организационная трансформация торговли.

Научной проблемой становится развитие розничной торговли России под влиянием описанных выше явлений и процессов, а это, в свою очередь, рождает необходимость изменения методов, процедур и инструментов регулирования торговли. В условиях цифровой и социально-экономической трансформации России назрела необходимость комплексного исследования вопросов дальнейшего развития торговли, обновления стратегических направлений и векторов ее развития, как на государственном, так и на корпоративном уровнях.

Степень разработанности проблемы. Различные аспекты эволюции торговли, а также ее современного состояния рассматривались в трудах следующих авторов: Л.И.Абалкин, Б.Берман. и Дж.Эванс, Б.И.Гоголь, Л.П.Дашков, Г.А.Дихтяр, Р.Зейферт, Н.В.Красноставская и Д.А.Бакаева, Г.Г.Иванов, О.В.Королева, И.Д.Котляров, Т.С.Кун, В.И.Марков, А.М.Матлин, Ю.Ю.Медведева, В.И.Набоков, А.И.Погребняк, В.П.Чеглов, N.eck, D.Rygl,

S.Cummins, S.B.Djurakulovich, O.Heikkilä, E.Juaneda-Ayensa, M.Levy, M.Matarazzo, A.Manzoor, M.A.Okunola, W.Piotrowicz, R.Cuthbertson, A.L.Roggeveen, R.Sethuraman, S.Saghiri, A.Samoilenko, Y.Tian, C.Stewart, M.B.R.Vaja, L.Wu. Вопросам парадигмы торговли, трансформации роли торговых сетей, а также изменению социума в целом посвящены труды таких ученых как: Ю.С.Валеева, А.Г.Городнов, Н.Н.Козлова, И.В.Комарова, Г.Н.Константинов, В.Е.Лепский, В.П.Попков, В.В.Радаев, В.П.Чеглов, А.Brandenburger, V.Nalebuff, J.Cygler.

К диссертационным вопросам относится также проблема синтеза отечественного и зарубежного опыта регулирования торговли. Среди отечественных авторов в основе исследования работы отечественных общественно-политических деятелей: Е.С.Лурье, С.Ю.Витте, а также российских авторов: Ф.И.Аминов, Л.А.Брагин, В.П.Куренкова, М.Е.Маркин, С.В.Мхитарян, В.В.Радаев, И.Б.Стукалова, Е.Д.Твердюкова, Ф.Р.Шаропов, Л.В.Щур-Труханович, В.П.Чеглов, О.В.Чкалова. Исследован большой пласт трудов иностранных авторов с целью выявления международного опыта регулирования торговли: L.Bekuviciute, J.Binding, P.Biscourp, J.J.Boddewyn, M.Broberg, J.Cha, L.Ching-Fu, C.Clifford, G.Cliquet, P.Conway, A.Dierx, M.Durovic, P.Francois, P.Freathy, R.Griffith, C.M.Guy, J.Haskel, R.Sadun, S.C.Hollander, F.J.Ilzkovitz, M.Visser, A.Kalhan, M.Franz, T.Kikkawa, J.Takaoka Leunis, Lottanti von S.Mandach, W.Michalak, M.Mineo, A.M.Mutebi, G.Nicoletti, A.R.Prasad, F.M.Rowe, L.Sparks, J.Stadelbauer, R.Riley, A.L.Sibony, G.Helleringer, Y.T.Shao, J.Valant, S.W.Waller, M.Wortmann, Y.Yu.

Автор базируется на следующих исследователях теории эволюции торговли: Alex, Anitsal, Babin, Brown, Cosmin Tănase, Davidson, Gauri, Hollander, Grewal, McNair, Israeli, Markin, Schumpeter, Vanderpool, Wiener, Котляров. При формировании авторского перечня мегатрендов развития торговли изучены труды следующей группы исследователей: Ю.Маленков, Т.А.Мазунина, А.И.Овечкина, С.В.Панасенко, Н.П.Петрова, И.Б.Стукалова. При разработке перечня факторов развития торговли изучены работы: А.Н.Видякин, Е.О.Вострикова, Л.П.Дашкова, И.С.Емельяненко, А.П.Мешкова, Д.Д.Костоглодов, И.А.Рамазанов, А.Н.Столярова, В.П.Чеглов, О.В.Чкалова, Т.Abir, M.T.Kinda, H.Zhong.

Вопросам устойчивого и технологического развития ритейлеров посвящены труды авторов: В.А.Гузей, И.С.Лола, М.Б.Бакеев, W.Abrahamse, L.Steg, I.Abubakar, M.Mohieldin, T.T.Zhai, Y.C.Chang, C.Brodhag, S.Taliere, J.Horbach, C.Rammer, K.Rennings, J.G.Carrier, G.Peter, T.Clark, M.Charter, M.Cortez, C.Cudia, C.D'souza, M.Taghian, P.Lamb, A.D.Marín-García, I.Gil-Saura, M.E.Ruiz-Molina, C.Lombart, D.Louis, N.Nassar, M.Tvaronaviciene, A.Nicholls, K.Rennings, J.Sandberg, J.Rockström, P.Sukhdev, I.Sánchez-González, I.Gil-Saura, M.E.Ruiz-Molina, T.Schiederig, F.Tietze, C.Herstatt, M.Friedman, A.Tariq, Y.F.Badir, W.Tariq, U.S.Bhutta, X.X.Wang, A.Z.He, R.J.Yalabik, T.Zeng, A.F.Audrain-Pontevia, F.Durif, C.Baldwin, N.Gilliland, L.Hillier, G.G.Parker, M.W.Van Alstyne, S.P.Choudary, B.Pearson, M.Stieninger, A.Upadhyay,

Е.М.Азарян, Т.И.Антинескул, И.В.Комаровой, Ю.Ю.Медведевой, М.В.Кольган, Ж.П.Шнорр.

Автор настоящего диссертационного исследования также обращался к прогнозам Deloitte, McKinsey, PWC, European Commission, European Union Institute for Security Studies, Retail Economics, ОЭСР, Международный валютный фонд, ЮНЕСКО, Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, Минэкономразвития, кроме того, использовались отчеты исследовательских агентств Nielsen, DataInsight, COMARCH, годовые отчеты крупных ритейлеров.

Гипотеза исследования состоит в предположении, что под воздействием процессов цифровизации, а также эволюции социума происходят системные преобразования в сфере розничной торговли, которая превращается в высокотехнологичную сферу, происходит формирование экосистемы ритейла с новым типом взаимодействия субъектов хозяйственной деятельности и новой системой регулирования сферы торговли.

Цель исследования заключается в решении научной проблемы, связанной с теоретико-методологическим обоснованием развития розничной торговли на основе смены ее парадигмы, в формировании стратегических рекомендаций по развитию розничной торговли и ее субъектов в условиях возрастающей роли цифровизации и меняющейся внешней среды. Для выполнения указанной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- систематизировать и развить понятийный аппарат розничной торговли, обосновать изменение структуры добавленной стоимости, генерируемой в торговле, происходящее под влиянием процессов цифровизации;
- провести исследование процесса трансформации розничной торговли с целью выявления эволюционных этапов и факторов влияния, оказывающих воздействие на каждом этапе развития;
- разработать авторскую концептуальную модель трансформации розничной торговли;
- выявить тренды развития розничной торговли России, а также особенности развития электронной торговли;
- выявить, эмпирически и инструментально обосновать детерминанты развития оффлайн- и онлайн-торговли в Российской Федерации в среднесрочной перспективе, в том числе в разрезе регионального развития торговли;
- обосновать альтернативные сценарии развития розничной торговли, опирающиеся на выявленные детерминанты ее развития;
- аргументировать необходимость корректировки госполитики России в сфере регулирования торговой сферы на основе систематизации методов, инструментов, политик, мер, направлений и типов регулирования, синтеза государственного регулирования и саморегулирования;
- разработать предложения и рекомендации по совершенствованию регулирования розничной торговли в России;

– обосновать концепт-проект стратегии развития розничной торговли России на период до 2030 года;

– сформировать стратегические направления развития субъектов торгово-предпринимательской деятельности России в условиях цифровизации;

– сформировать стратегические направления развития субъектов торговой деятельности в контексте социальных изменений.

Объектом диссертационного исследования являются совокупность розничных торговых предприятий России различных форм и форматов.

Предмет исследования – организационно-экономические и управленческие отношения, возникающие между субъектами торгово-предпринимательской деятельности, государством и потребителями в процессе формирования и реализации перспективной стратегии отечественной розничной торговли.

Область исследования. Область диссертационного исследования соответствует группе научных специальностей 5.2. Экономика, 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика, направлению исследований 4. Экономика сферы услуг, 4.1. Теоретико-методологические основы анализа проблем развития отраслей сферы услуг, 4.3. Закономерности функционирования и развития отраслей сферы услуг, 4.13. Экономика торговли. Оптовая и розничная торговля, 4.16. Политика регулирования и поддержки развития отраслей сферы услуг.

Теоретической и методологической основой работы послужили труды отечественных и зарубежных авторов в области стратегического развития торговли и торговых сетей, собственный практический опыт автора исследования. В работе использовался диалектический подход к изучению закономерностей развития торговли, классические и современные подходы к формированию стратегии развития торговли, разработки отечественных и зарубежных авторов по проблемам регулирования и развития торговли. Основными методами исследования являются: индукция, дедукция, сопоставление и обобщение, логико-структурный анализ, историографический анализ, классификация, анализ причинно-следственных связей, анализ статистических данных, форсайт. Для выявления тенденций развития торговли, а также исследования стратегий ключевых ритейлеров использовался метод глубинных интервью, для обоснования факторов развития торговли использовался корреляционно-регрессионный анализ с использованием современного инструмента анализа SPSS (аббревиатура от англ. «Statistical Package for the Social Sciences» — «статистический пакет для общественных наук»).

Информационной базой послужили Законы, указы Президента и постановления правительства, а также другие нормативные акты, действующие в России и за рубежом, статистические материалы Росстата, отчеты крупных международных и российских торговых сетей и компаний, данные исследовательских компаний, а также результаты проведенных

автором интервью с руководством торговых сетей России и результаты собственных исследований автора.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в разработке и научном обосновании концептуально-теоретических и методологических подходов к формированию модели трансформации торговли и стратегии ее развития на основе форсайта совокупности мегатрендов, влияющих на трансформацию торговли в среднесрочной перспективе. Обоснована экосистемная сущность нового этапа развития торговли с иным типом конкуренции хозяйствующих субъектов и корректировкой регулирующего воздействия государства в условиях цифровизации и изменения социума.

Получены следующие **результаты, выносимые на защиту**:

а) выявлены системные изменения, происходящие в торговле: активизация процессов слияние торгового, финансового и промышленного капитала; критическое усиление процессов концентрации и интеграции торгового капитала; изменение структуры добавленной стоимости, генерируемой в торговле, происходящее под влиянием цифровизации;

б) проведена авторская этапизация трансформации розничной торговли с выявлением временных рамок, качественных характеристик и совокупности факторов влияния для каждого этапа развития;

в) выявлены факторы трансформации торговли - цифровизация, цивилизационные риски и регулирование - и разработана авторская концептуальная модель трансформации розничной торговли, суть которой сводится к развитию торговли по спирали под воздействием данных трех групп факторов влияния;

г) определены современные императивы развития розничной торговли; выявлены основные тренды развития розничной торговли России, а также особенности развития электронной торговли, развивающейся параллельно с оффлайн-торговлей, и получившей качественно новый виток развития в период COVID-19;

д) выявлены, эмпирически и инструментально обоснованы детерминанты развития оффлайн- и онлайн-торговли в России в среднесрочной перспективе, в том числе в разрезе регионального развития торговли. Составлена матрица регионов в зависимости от оборота розничной торговли и уровня бедности;

е) выявлены мировые мегатренды в торговле, которые актуальны и для России, сформулированы вызовы для государства и ритейлеров, содержащиеся в данных трендах. Предложены альтернативные сценарии развития розничной торговли России, в основу разработки которых положены базовые факторы развития торговли в России – цифровизация и цивилизационные риски. Предложен прогноз инфраструктуры розничной торговли в России до 2030 года;

ж) аргументирована необходимость корректировки госполитики России в сфере регулирования торговой сферы на основе синтеза государственного

регулирования и саморегулирования, определены субъекты и направления регулирующего воздействия;

з) разработан комплекс предложений и рекомендаций по совершенствованию регулирования торговли в России, включающий усиление саморегулирования в сфере обеспечения качества и безопасности товара, а также гарантии прав потребителей в оффлайн-торговле. В онлайн-торговле, напротив, необходима законодательная основа развития отношений операторов онлайн-платформ и продавцов и перемещение к госрегулированию в области гарантии прав покупателей;

и) предложен концепт-проект стратегии развития торговли Российской Федерации на период до 2030 года, базирующийся на видении торговли в виде экосистемы с ключевой ролью крупных торговых сетей и платформ – центрами экосистемы, предполагающий инновационное и устойчивое развитие торговли в стране и базирующийся на организационной трансформации торговли;

к) сделан вывод о дифференциации субъектов торгово-предпринимательской деятельности по критерию цифрового технологического лидерства, финансовой основой которого является концентрация торгового капитала.

л) обобщены и систематизированы инициативы крупных торговых сетей России и мира в области устойчивого развития, выявлена необходимость усиления их интеграции в рамках циклов производства и потребления для получения каскадного эффекта в достижении целей устойчивого развития, предложен экосистемный подход для достижения данных целей. Предложено создание негосударственной ассоциации, занимающейся повышением качества товаров в рамках экосистемы ритейла, в которой будет обеспечено более открытое и устойчивое взаимодействие субъектов торговой деятельности.

Теоретическая значимость работы. С учетом повышающейся роли крупных торговых сетей, перехода бизнеса на платформенные модели, изменения типа конкуренции и взаимодействия субъектов торговли необходима большая интеграция в циклах производства и потребления, формирование экосистемы ритейла. Концептуальный подход, предложенный в работе, служит теоретической основой для решения задач разработки стратегии развития торговли на государственном и корпоративном уровнях. Уточнен понятийный аппарат, предложена авторская модель эволюции торговли, обоснован новый виток развития розничной торговли, сформулировано ее видение и определены стратегические векторы развития, обоснована необходимость изменения регулирования торговли в России.

Практическая значимость. Сформулированные и доказанные теоретические положения отражают практику торговой сферы и формируют научный результат исследования. Результаты исследования могут быть использованы органами государственной власти для повышения эффективности регулирования торговой сферы, вузами и другими

образовательными организациями - для разработки практико-ориентированных учебных курсов, корпорациями - для адаптации стратегий их развития.

Степень достоверности и апробация результатов. Основные положения диссертации докладывались за последние пять лет на конференциях: XII Международная научно-практическая конференция, 30.11.2022г., Международная конференции - круглый стол к 115-й годовщине РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва, 18.02.2022 г., XI Международная научно-практическая конференции, Москва, 17–18.05.2022г., XI Международная научно-практическая конференция «Научно-техническое развитие России и мира» г. Саратов, 30.08.2023 г., XXX International Scientific and Practical Conference "Issues of development of modern science and technology", Melbourne, Australia, 06.09.2023 г., V Международная научно-практическая конференция "Современные тренды управления и цифровая экономика: от регионального развития к глобальному экономическому росту", г. Екатеринбург, 15.09.2023 г., Всероссийская научно-практическая конференция с международными участниками «Социально-экономические процессы современного общества» (Чебоксары, 20.09.2023 г.), Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Современные тренды управления, экономики и предпринимательства: от теории к практике» (Ульяновск, 14 нояб. 2023 г.), International Scientific and Practical Conference “Priority Directions of Complex Socio-Economic Development of the Region” (PDSSED 2023) (Urgench, Uzbekistan, April 27-29, 2023).

Результаты исследования используются в деятельности Группы компаний «Окей». Материалы исследования легли в основу курсов «Основы торгово-хозяйственной деятельности» и «Категорийный менеджмент», преподаваемых автором в РЭУ им. Г.В. Плеханова, а также курса «Стратегии ритейлеров», преподаваемого автором в НИУ ВШЭ. Апробация показала высокую практическую значимость результатов диссертационного исследования и ценность разработанных автором методик, сформулированных выводов и рекомендаций. Автор является разработчиком и руководителем программы повышения квалификации РЭУ им. Г.В. Плеханова «Управление локальными брендами».

Личное участие автора. Проведена авторская этапизация трансформации торговли, основанная на выявленных факторах влияния, которая легла в основу разработки модели трансформации торговли. Автором обоснован следующий экосистемный этап развития розничной торговли и предложено изменение системы ее регулирования. Личный вклад состоит в разработке этапов и принципов исследования, проведении корреляционно-регрессионного анализа, позволившего обосновать детерминанты развития торговли в России на региональном уровне. Также личное участие заключается в апробации результатов исследования на научно-практических конференциях и в публикациях по результатам диссертационного исследования в период 2014–2024 гг.

Публикации. Результаты исследований, изложенные в диссертации, отражены в 37 публикациях за последние 10 лет, в том числе: 19 - в научных журналах из перечня рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора наук, 1 – в прочих изданиях; 3 - в журналах, включенных в международные базы Scopus; 1 – в Web of Science; 2 монографии; 11 статей в сборниках конференций, отражающих основное содержание диссертации.

Объем и структура работы. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения, библиографического списка и пяти приложений. Работа содержит 334 страницы, 104 рисунка, 31 таблицу, список литературы включает 369 источников.

Таблица 1 – Логико-структурная схема исследования

Название главы	Суть	Результат	Методы исследования
Глава 1 Теоретико-методологические основы трансформации розничной торговли	Изменение структуры добавленной стоимости, генерируемой в торговле, трансформация торговли под влиянием цифровизации, социально-демографических факторов (цивилизационных рисков), а также регулирования со стороны государства указывают на новый виток развития торговли и необходимости обоснования его содержания	Авторская этапизация процесса трансформации розничной торговли, авторская концептуальная модель трансформации торговли, основанная на циклических эволюционных теориях	логико-структурный анализ, историографический анализ, сопоставление, обобщение, анализ причинно-следственных связей, диалектический подход, обобщение
Глава 2 Современное состояние и перспективы развития торговли в России	Выявление перспектив развития торговли требует анализа ее текущего состояния, выявления и обоснования детерминант развития, как оффлайн-, так и онлайн-торговли, составление различных сценариев развития	методический подход к определению детерминант развития торговли в России, формирование сценариев ее развития. Трансформация структуры	корреляционно-регрессионный анализ, анализ статистических данных, логическое сопоставление, обобщение, систематизация

Название главы	Суть	Результат	Методы исследования
	торговли в Российской Федерации	розничной торговли	
Глава 3 Совершенствование системы регулирования торговли в России	Развитие торговли на новом витке обусловило необходимость глубокого изучения законодательных основ ее развития и формулировки подхода к изменению организации регулирования: онлайн-торговля – сдвиг в сторону усиления мер государственного воздействия, оффлайн-торговля - сочетание с саморегулированием	Методический подход к регулированию торговли, систематизация мер регулирования торговли; обобщение опыта регулирования розничной торговли в разных странах и России и обоснование необходимости корректировки системы регулирования торговли в России	классификация, наукометрический анализ, опрос, логико-структурный анализ, сопоставление, индукция, диалектический подход, обобщение
Глава 4 Концепция развития торговли и перспективные стратегии ритейлеров в Российской Федерации	Организационная трансформация торговли означает изменение типа конкуренции и бизнес-моделей ритейлеров, на новом витке развития торговли требуется исследование и предложение стратегических рекомендаций, основанных на выявлении трендов цифровизации и социально-демографических изменений общества	Экосистема торговли как новый виток ее развития, концепт-проект стратегии развития торговли – 2030	глубинные интервью, кейс-метод, структурно-функциональное моделирование

Источник: составлено автором

II. ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Выявлены системные изменения, происходящие в торговле: активизация процессов слияние торгового, финансового и промышленного капитала; критическое усиление процессов концентрации и интеграции торгового капитала; изменение структуры добавленной стоимости, генерируемой в торговле, происходящее под влиянием цифровизации.

В экономической теории под торговлей понимается форма товарного обмена, исходя из чего можно обобщить, что торговля выполняет функцию смены формы стоимости товара, а также функцию доведения товара до потребителя в обмен на получение денег, то есть реализацию потребительской стоимости товара, который покидает сферу обращения и переходит в сферу потребления. С позиции теории предпринимательства посредник (торговец) приобретает товар с целью перепродажи и суть торговли сводится к обмену товаров с помощью денег (Т-Д-Т*), а торговцы – предприниматели выступают посредниками между производителями и потребителями. Экономической основой функционирования торговли является стоимость, генерируемая субъектами торгово-предпринимательской деятельности при оказании торговых услуг – добавленная стоимость. При оказании услуг торговые предприятия, используя свой капитал и трудовые ресурсы, делают приобретенные у производителей товары доступными покупателям, то есть обогащают их.

В марксистской экономике добавленная стоимость является разницей между суммой от продажи продукта, и суммой, затраченной на его производство: труд работников торговли носит двойственный характер: операции, связанные непосредственно с реализацией товаров (со сменой формы стоимости), и операции, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения, а издержки обращения делятся на «чистые» и «дополнительные». Развитие товарно-денежных отношений приводит к возникновению посредника, связывающего производителя и потребителя, который покупает товар не для личного использования, а с целью перепродажи. Потребитель оплачивает торговую услугу посредника в виде наценки к цене производителя, но эта наценка ниже, чем затраты потребителя на покупку товара напрямую у производителя. В современном мире данное утверждение ставится под сомнение. Цифровизация экономики в целом и торговли как ее самостоятельного сектора с начала XXI века инициировала активное развитие дистанционных технологий торговли, что задало противоположный тренд в соотношении «чистых» и «дополнительных» издержек обращения, а также изменение структуры добавленной стоимости в торговле и дополнительного трактования «места» и «времени» в определении

торговой услуги. В связи с появлением мультиканального ритейла принципиально меняются схемы товародвижения (рисунок 1).

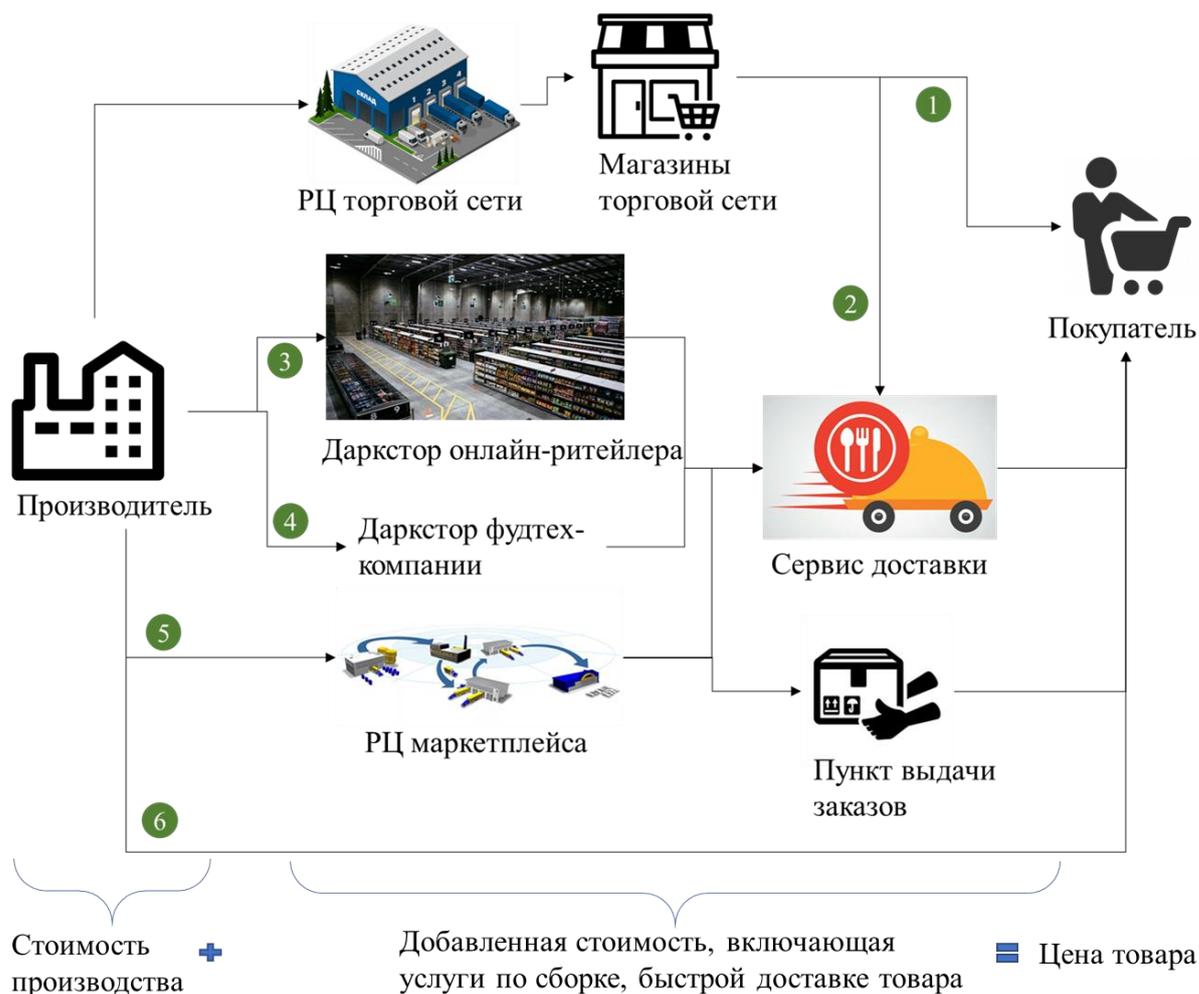


Рисунок 1 – Схема движения товара в офлайн- и онлайн-торговле
Источник: составлено автором

Современные схемы товародвижения от производителя к покупателю говорят о разнообразии покупательского выбора, об ускорении пути товара, если производитель и покупатель взаимодействуют напрямую, с одной стороны, и о наличии большой инфраструктуры – платформы оказания услуг при доставке различными способами, с другой стороны. Имплементация цифровых технологий в сферу обращения привела к формированию принципиально нового элемента торговой инфраструктуры – цифровых торговых платформ (маркетплейсов), которые обеспечили производителям экономические условия для предложения товаров конечным потребителям, минуя посредника в лице торговых посредников.

В ГОСТ Р 51303-2023 имеется определение дистанционной торговли, электронной торговли и интернет-торговли. Автор считает нецелесообразным подобное разделение и предлагает использовать для настоящего исследования определение, объединяющее, по сути, все виды дистанционной торговли, – онлайн-торговля – торговля, осуществляемая вне инфраструктуры торговой

сети посредством всей совокупности электронных, информационно-коммуникационных и телекоммуникационных средств связи.

2. Проведена авторская этапизация трансформации розничной торговли с выявлением временных рамок, качественных характеристик и совокупности факторов влияния для каждого этапа развития.

Обобщая позиции исследователей в части выделения этапов развития и факторов, оказывающих влияние на эволюционные процесс розничной торговли, автор предлагает выделить три группы факторов:

- цивилизационные риски;
- регулирование;
- технологии.

Группа факторов «цивилизационные риски» помимо традиционных социально-экономических факторов, таких как уровень жизни населения, уровень доходов населения, социальная структура населения, включают факторы, влияющие серьезным образом на изменение социума и изменение модели потребления: глобализация, урбанизация, совершенствование транспортной системы; особенности покупательского поведения представителей разных поколений, пандемии, геополитические тренды. Группа факторов «регулирование» включает регуляторное воздействие государства на развитие розничной торговли посредством экономического законодательства, а также инструменты саморегулирования отрасли посредством создания некоммерческих интеграционных объединений: торговых ассоциаций и союзов. Группа факторов «технологии» включает различные цифровые технологии, уже нашедшие применение или потенциально применимые в торговле: роботизация, искусственный интеллект, машинное обучение, дополненная реальность, аналитика больших данных и другие.

Процесс трансформации розничной торговли и выделение эволюционных этапов развития торговли, по мнению автора, следует рассматривать через призму эволюции институциональной структуры розничной торговли и форматов ритейлеров. Авторская этапизация трансформации и движущие силы развития (факторы влияния) на каждом из них представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Трансформационные этапы развития розничной торговли

Период	Характеристика этапа	Факторы влияния		
		Цивилизационные риски	Регулирование	Технологии
Начало XX века	Появление магазинов самообслуживания	Великая депрессия США	Имеющееся в США антитрестовое законодательство распространилось на деятельность появляющихся	Появление штрих-кодов

Период	Характеристик а этапа	Факторы влияния		
		Цивилизацион- ные риски	Регулирование	Технологии
			торговых объединений	
1950- 1970-е	Концентрация капитала. Появление новых форматов - гипермаркетов	Восстановление покупательской способности после войны в странах Европы	Активное принятие законов, регулирующих деятельность торговых сетей в США и странах Европы	Появление международного классификатора товаров и электронного обмена данными. Появление банковских карт, SWIFT, Интернета
1980- 1990-е	Усиление интеграционных процессов. Укрупнение торговых сетей, выход на новые рынки. Адаптация к ним	Относительно свободные и привлекательные для выхода на рынок страны Азии, Восточной Европы, России. Необходимость учета покупательского поведения в разных странах	Сдерживание развития ритейлеров на рынках Западной Европы	Развитие и удешевление технологий позволило обеспечить удаленное управление торговыми сетями
XXI век	Формирование многоканальног о ритейла с ответственным подходом к будущему	COVID-19 – мощный толчок развития онлайн- торговли. Важность темы устойчивого развития для современного поколения	Движение к целям устойчивого развития ООН в рамках национальных стратегий развития торговли, ослабление регулирувания оффлайн- торговли и усиление онлайн	Развитие платформенных ритейлеров, облегчение доступа к технологиям за счет снижения их стоимости

Источник: составлено автором

3. Выявлены факторы трансформации торговли - цифровизация, цивилизационные риски и регулирование - и разработана авторская концептуальная модель трансформации розничной торговли, суть которой сводится к развитию торговли по спирали под воздействием данных трех групп факторов влияния.

На основании изучения многочисленных исследований, посвященных эволюционным теориям розничной торговли, можно заключить, что они

делятся на циклические и нециклические (систематизация эволюционных теорий представлена в таблице 3).

Таблица 3 – Теории эволюции розничной торговли

Автор	Суть теории
<i>Циклические теории</i>	
McNair	концепция Wheel of Retailing (теория колеса) – новые формы розничной торговли начинаются с магазинов низких цен, которые впоследствии превращаются в более престижные заведения с более высокими ценами, что в свою очередь освобождает место для магазинов с базовым уровнем ассортимента и цен - так вращается колесо торговли
Grewal	трансформированная модель колеса торговли в условиях активного развития технологий
Hollander	теория аккордеона - сравнение розничной торговли то с аккордеоном, то с оркестром и признание необходимости разнообразия
Babin	адаптированная теория колеса, в котором технологии меняются, и колесо, подпитываемое интенсивностью конкуренции в розничной торговле, часто приводит розничные инновации в новую эру успеха
Anitsal, Davidson	развитие розничной торговли с позиции институциональности, изменения в форматах розничной торговли являются результатом сочетания факторов окружающей среды и циклической последовательности институциональных конфликтов
Manzoor	приводит эволюцию торговли в таком порядке: физические магазины с физической доставкой, Brick and Mortar, затем - совмещение онлайн и офлайн операций ритейлеров, Click and Mortar, далее - совершение операций только онлайн, Virtual Business, и в настоящее время – виртуальная встреча продавцов и покупателей, Marketplace
<i>Нециклические теории</i>	
Cosmin Tănase	выживут только два типа розничных продавцов - те, которые предлагают ограниченный выбор и те, кто предлагает неограниченный выбор
Israeli	рост и изменение институтов розничной торговли вызваны конфликтом и приспособлением
Vanderpool	эволюция торговли через выживание наиболее приспособленных. различные среды порождают различные виды торговых учреждений
Котляров И.Д.	суть трансформации торговли – в исключении звеньев цепочки поставок, и приближении места производства к месту его потребления

Источник: составлено автором

В диссертации представлена авторская модель трансформации торговли. Она основана на базовых подходах эволюционных теорий торговли колеса и аккордеона, теории Babin и модели Grewal. Вместо колеса используется спираль, символизирующая постоянный процесс изменения и развития торговли. На трансформацию влияют три исследованных группы факторов – цивилизационные риски, регулирование, цифровизация и технологии.¹

¹ Попенкова Д. К., Стукалова И.Б. Трансформация розничной торговли в условиях цифровизации // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 2-1. – С. 89-99

Используем данную модель для визуализации исследованных выше этапов эволюции торговли (рисунок 2).



Рисунок 2 – Этапы развития торговли в рамках трансформационной модели

Источник: составлено автором

Появление магазинов самообслуживания связано в Великой депрессией США. Мощным толчком распространению формата самообслуживания послужило появление штрих-кодов, а позже – их активное распространение и появление международного классификатора товаров. В послевоенные годы сети могли активно развиваться благодаря появлению системы электронного обмена данными, а ключевым форматом в развитых странах стал дискаунтер, появившийся сразу в послевоенное время. Затем торговые сети превратились в международные, выйдя на рынки развивающихся стран, чему способствовали как законодательные ограничения на дальнейшую экспансию в развитых странах, так и рост экономики и благосостояния населения в развивающихся странах. В нынешнем веке получила развитие электронная торговля, а COVID-19 еще больше способствовал ее активному росту. Таким образом, технологии и цивилизационные риски (социальные изменения) оказывают влияние на витки развития торговли в предложенной спирали.

4. Определены современные императивы развития розничной торговли; выявлены основные тренды развития розничной торговли РФ, а также особенности развития электронной торговли, развивающейся параллельно с оффлайн-торговлей, и получившей качественно новый виток развития в период COVID-19.

Периодизация развития торговли в России позволила выявить следующие особенности на каждом этапе. В досоветский период времени роль

торговли как системообразующего звена воспроизводственного процесса заключалась в выполнении функций, обеспечивающих единство воспроизводства социально-экономических систем разного уровня (удовлетворение потребности, сбыт продукции, возобновление производственного цикла, изъятие денежных средств у населения). Исследование организации торговли в советский период позволяет заключить, что существовала система снабжения с сообщающимся сосудом денежных отношений, торговля выполняла функцию распределения. Наряду с этим, особенностями торговли советского периода можно считать наличие подпольного и нелегального рынка товаров и услуг, определенная отсталость торгово-технологических процессов, устаревшее торговое оборудование, низкий уровень автоматизации. Постсоветский период характеризуется появлением нового посреднического звена, которым стали дистрибьюторские компании (дистрибуция международных брендов в Россию), позже сами ставшие торговыми сетями (например, торговая сеть «Магнит»). Торговля в 1990-е характеризуется возвратом к добавлению в ней стоимости товара за счет услуг, таких как дистрибуция, выкладка, упаковка, хранение товара и его реализация.

Выявлены следующие характеристики современного этапа развития ритейла в России: число хозяйствующих субъектов торговли в РФ сокращается; происходит сокращение доли всех типов предприятий – средних, малых, индивидуальных в пользу роста доли организаций (рисунок 3).

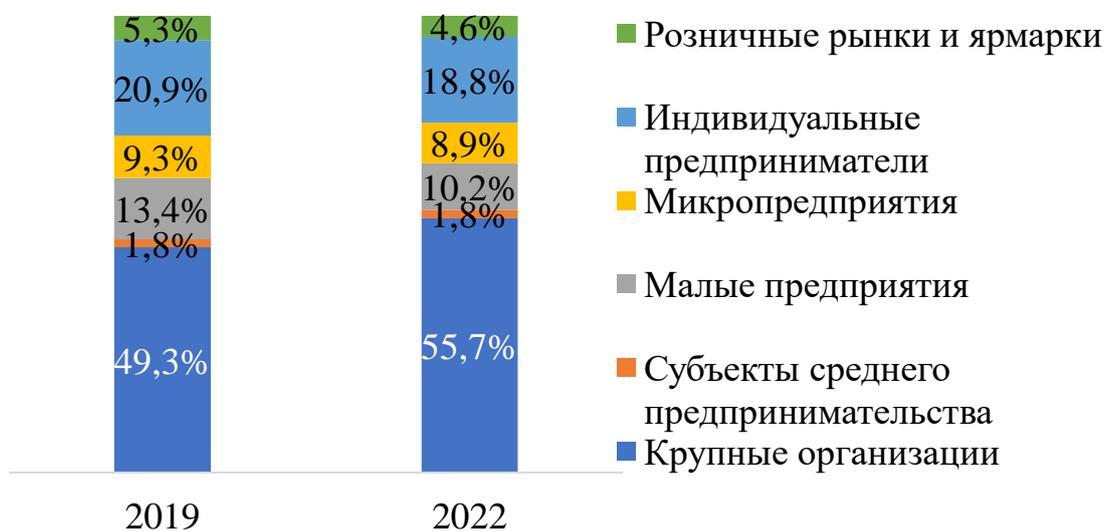


Рисунок 3 – Структура оборота розничной торговли по хозяйствующим субъектам

Источник: составлено автором по данным Росстат

В настоящее время продолжается наращивание доли торговых сетей в товарообороте, в том числе за счет сделок слияний и поглощений. Если десять лет назад они составляли около 20% товарооборота, то в 2023 году уже более 40% (рисунок 4).

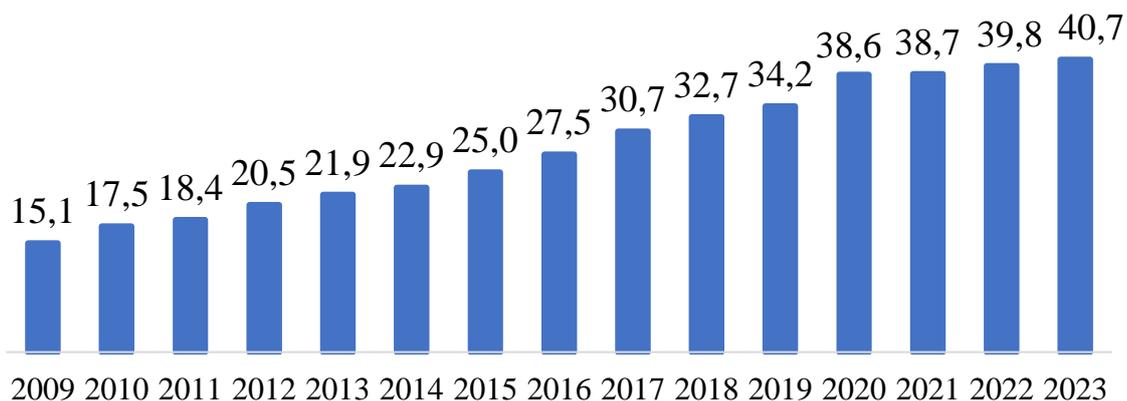


Рисунок 4 – Доля торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли, %

Источник: составлено автором по данным Росстат

С развитием инфраструктуры торговые сети превратились в крупные хабы с большим числом распределительных центров, на которые производители доставляют товары напрямую, минуя дистрибьюторов. Роль дистрибьюторов свелась к функции логиста, если у производителя нет собственного автопарка, хотя в начале 2000-х они выполняли роль полноценного участника цепи распределения – представителя поставщика. Помимо того, что торговые сети взяли на себя роль оптового звена, с развитием собственных торговых марок (СТМ) происходит передача им части функций производителя. Обозначен также тренд развития СТМ, который связан с развитием дискаунтеров, отличительной чертой которых является большая доля СТМ, а также модель ценообразования «низкие цены каждый день», минимальная доля промо-акций, минимализм в оформлении магазинов, экономия на персонале и других статьях затрат. Отмечается выход российский торговых сетей на рынок стран Центральной Азии, которые за 2022 год демонстрируют рост оборота розничной торговли выше, чем Россия. В целом можно заключить, что путь, который ритейл в странах Западной Европы и США прошел за 100 лет, в России был пройден за 20 лет.

Обосновано, что электронная торговля является не следующей стадией развития торговли, а скорее параллельным каналом торговли, в настоящее время замещающая стационарную торговлю. В России отмечается рост доли электронной торговли от общего оборота торговли за десять лет с 0,7% до 7%, а активная фаза переключения покупателей с оффлайн- на онлайн-торговлю началась в эпоху COVID-19 (рисунок 5).

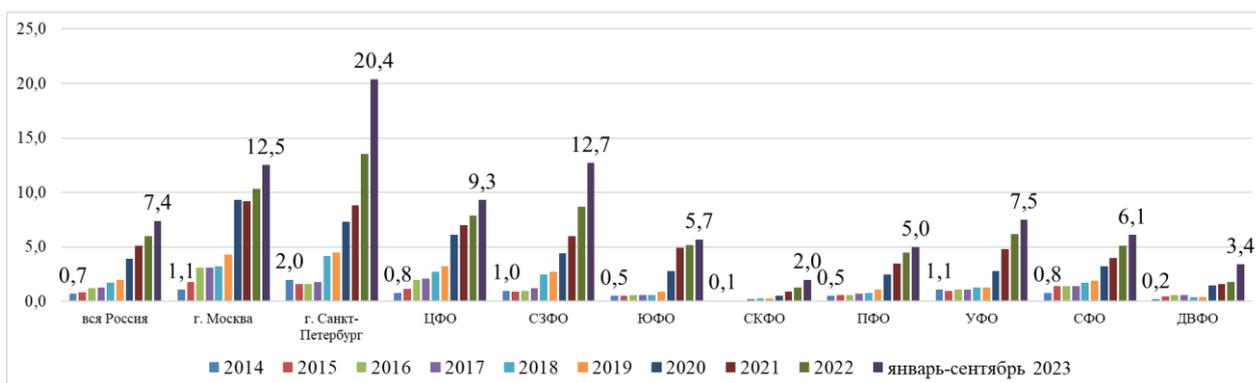


Рисунок 5 – Доля электронной торговли от общего оборота торговли физическим лицам РФ

Источник: составлено автором по данным Росстат

Структура рынка онлайн-торговли в России выглядит следующим образом: на крупнейшие маркетплейсы приходит 47% продаж, на сервисы экспресс-доставки (eGrocery) 10% и 43% на остальные онлайн-витрины. В настоящее время происходит процесс консолидации рынка: доля ТОП-3 магазинов выросла в 2021 году на 7 п.п. и составила 42% (рисунок 6).

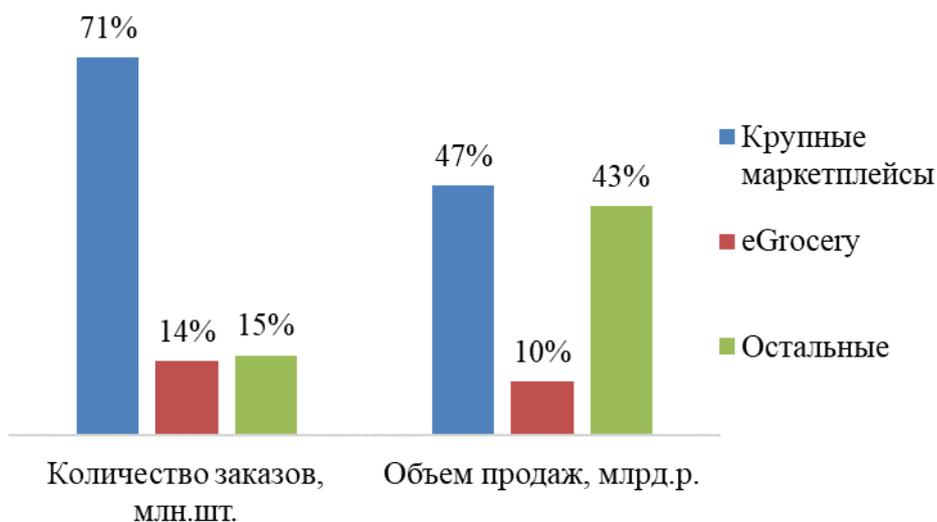


Рисунок 6 – Структура рынка онлайн-торговли в России, 2022 г.²

Анализ рынка маркетплейсов в России позволяет заключить, что на два игрока - Wildberries и Ozon - приходится более 70% заказов, что говорит о высокой степени концентрации рынка. Драйвером роста онлайн-торговли является продажа продуктов питания и развитие сервисов доставки еды (eGrocery). Данный сегмент также является высококонцентрированным – на ТОП-5 игроков (Самокат, ВкусВилл, СберМаркет, Яндекс.Лавка, Delivery Club) приходится 75% заказов.

² DataInsight – Онлайн-продажи 2023: тренды и драйверы. - Режим доступа: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Virin_inSales_OnlineSales2023_trends_drivers.pdf?ysclid=lt04b3bfw771860620 (дата обращения 20.02.2024)

Цифровая трансформация сектора розничной торговли возникла не в виду стимулирования государством, а скорее в результате естественной эволюции внедрения цифровых технологий под воздействием пандемии.

5. Выявлены, эмпирически и инструментально обоснованы детерминанты развития оффлайн- и онлайн-торговли в РФ в среднесрочной перспективе, в том числе в разрезе регионального развития торговли. Составлена матрица регионов в зависимости от оборота розничной торговли и уровня бедности.

Составлен перечень факторов, влияющих на развитие оффлайн-торговли, и с помощью инструмента SPSS они проранжированы по степени влияния на оборот торговли: уровень бедности и уровень доходов населения оказывают наибольшее влияние на оборот розничной торговли, заметное влияние оказывает занятость населения, умеренное влияние – число частных сельских домохозяйств, слабое влияние оказывают доля торговых сетей в обороте розничной торговли региона и доля пенсионеров (таблица 4).

Таблица 4 – Факторы, влияющие на развитие оффлайн-торговли на территории РФ

Факторы	Слабое влияние (коэффициент корреляции менее 0,3)	Умеренно влияет (коэффициент корреляции 0,3-0,5)	Заметное влияние (коэффициент корреляции 0,5-0,7)	Высокое влияние (коэффициент корреляции более 0,7)
Обеспеченность населения торговыми площадями	V	-	-	-
Доля торговых сетей в обороте розничной торговли региона	V	-	-	-
Уровень бедности	-	-	-	V
Уровень доходов населения	-	-	-	V
Занятость населения (доля занятых от общей численности населения региона)	-	-	V	-
Доля пенсионеров	V	-	-	-
Число частных сельских домохозяйств	-	V	-	-

Источник: составлено автором

Предложены факторы развития онлайн-торговли в РФ, которые проверены с помощью средств корреляционно-регрессионного анализа SPSS. Проведенный анализ позволил выявить, что доступ в Интернет, среднедушевые доходы и среднедушевые потребительские расходы оказывают слабое влияние на долю онлайн-торговли региона; уровень бедности, доля торговых сетей, число семей с детьми оказывают умеренное влияние на развитие онлайн-торговли в России, а заметное влияние оказывает наличие инфраструктуры онлайн-торговли, т.е. разветвленная сеть пунктов выдачи заказов и постаматов (таблица 5).

Таблица 5 – Факторы, влияющие на долю онлайн-торговли на территории РФ

Факторы	Слабое влияние (коэффициент корреляции менее 0,3)	Умеренно влияет (коэффициент корреляции 0,3-0,5)	Заметное влияние (коэффициент корреляции 0,5-0,7)	Высокое влияние (коэффициент корреляции более 0,7)
Доступ в Интернет	V	-	-	-
Уровень бедности	-	V	-	-
Среднедушевые доходы населения региона	V	-	-	-
Среднедушевые потребительские расходы населения региона	V	-	-	-
Доля розничных торговых сетей в обороте торговли региона	-	V	-	-
Развитие сети постаматов и пунктов выдачи заказов	-	-	V	-
Число семей с детьми	-	V	-	--

Источник: составлено автором

Считаем, что необходимо показатель динамики числа постаматов и пунктов выдачи заказов включить в статистический учет Росстата наравне с показателем обеспеченности населения современными торговыми площадями.

6. Выявлены мировые мегатренды в торговле, которые актуальны и для России, сформулированы вызовы для государства и ритейлеров, содержащиеся в данных трендах. Предложены альтернативные сценарии развития розничной торговли РФ, в основу разработки которых положены базовые факторы развития торговли в РФ – цифровизация и

цивилизационные риски. Предложен прогноз инфраструктуры розничной торговли в России до 2030 года.

Выявленные мегатренды сгруппированы по двум блокам: к трендам «изменение социума» (цивилизационные риски) относятся: меняющаяся глобализация, поколенческие изменения, изменение климата, sharing economy (экономика совместного использования); к трендам, связанным с цифровизацией, относятся: роботизация, реструктуризация предприятий и отраслей экономики. Составлена следующий прообраз мирового ландшафта – 2030 (рисунок 7).



Рисунок 7 – Мегатренды, влияющие на развитие торговли

Источник: составлено автором

Сформулированы вызовы, которые можно выделить, если сформировать картину будущего. Вызовы очерчены как для государства, так и для ритейлеров (рисунок 8).



Рисунок 8 – Вызовы для государства и ритейлеров

Источник: составлено автором

В основе подхода к формулированию сценариев развития торговли лежит классический сценарный анализ - на пересечении двух ключевых трендов в зависимости от силы их проявления в будущем появляется матрица с четырьмя возможными сценариями (рисунок 9).



Рисунок 9 – Сценарии развития торговли

Источник: составлено автором

Подробнее раскроем суть каждого сценария.

Сценарий 1 – оптимистичный. При данном сценарии темпы роста оборота розничной торговли вернутся на доковидный уровень 6% в год с их последующим увеличением до 9-10% в год к 2028-2030м годам, что будет связано с общим оживлением экономики, ростом располагаемых доходов населения и достижением цели по снижению уровня бедности в стране до 6,5%. Продолжится более активный рост доли онлайн-торговли за счет развития сети ПВЗ и постаматов, ее доля достигнет 21% от общего оборота торговли к 2030 году, доля торговых сетей составит 66% (рисунок 10).



Рисунок 10 – Сценарий развития торговли «оптимистичный»

Источник: составлено автором

Сценарий 2 – реалистичный. При данном сценарии темпы роста оборота розничной торговли вернутся на доковидный уровень по 6% в год. Продолжится рост доли онлайн-торговли по 1 п.п. в год, таким образом ее доля станет 15% от общего оборота торговли к 2030 году, доля торговых сетей составит 56% (рисунок 11).



Рисунок 11 – Сценарий развития торговли «реалистичный»

Источник: составлено автором

Сценарий 3 – пессимистичный. Данный сценарий означает усугубление внешнеполитической ситуации, отток молодого населения из страны и отсутствие роста оборота розничной торговли (не более 1% в год). Доля онлайн-торговли вырастет до 12%, а торговых сетей – до 50% (рисунок 12).



Рисунок 12 – Сценарий развития торговли «пессимистичный»
Источник: составлено автором

Во всех трех сценариях предполагается рост доли торговых сетей и доли онлайн-торговли в общем обороте торговли страны вплоть до 2030 года, при этом заложены разные темпы роста (таблица 6).

Таблица 6 – Сравнение прогнозных значений на 2030 г. при разных сценариях

Название сценария	Описание	Цели устойчивого развитие	Объем и темп роста торговли	Доля онлайн-торговли, %	Доля торговых сетей, %
Реалистичный	Затяжной конфликт с Украиной, продолжающиеся санкции, постепенное сокращение уровня бедности до порога не выше 15% во всех регионах	Ритейлеры включают устойчивое развитие в стратегии	68 трлн. руб. (рост по 6% в год)	15	56
Оптимистичный	Адаптация к текущей внешнеполитической ситуации, сокращение уровня бедности до значения не более 10% во всех регионах, активное развитие онлайн-	Ритейлеры начнут продвигаться в достижение целей устойчивого развития	78 трлн. руб. (рост до 9-10% в год)	21	66

Название сценария	Описание	Цели устойчивого развитие	Объем и темп роста торговли	Доля онлайн-торговли, %	Доля торговых сетей, %
	торговли с помощью расширения сети пунктов выдачи заказов и сети постаматов				
Пессимистичный	Ухудшение внешнеполитической ситуации и отток молодежи из страны, не сокращение уровня бедности, стагнация торговли	Ритейлеры не включают в стратегии достижение целей устойчивого развития	53 трлн. руб. (рост по 1% в год)	12	50

Источник: составлено автором

В сценариях заложен разный рост оборота торговли, который зависит от уровня бедности как главного фактора регионального развития торговли. При постепенном сокращении уровня бедности регионов как минимум до уровня 10-15% прогнозируется реалистичный сценарий; при активном сокращении уровне бедности до уровня не выше 10% во всех регионах страны, прогнозируется оптимистичный сценарий; при недостижении успеха в сокращении уровня бедности – пессимистический сценарий развития торговли в РФ. В сценариях заложена разная доля онлайн-торговли и доля торговых сетей в оффлайн-торговле. Составлена структура розничной торговли – 2030 для каждого сценария (рисунок 13).

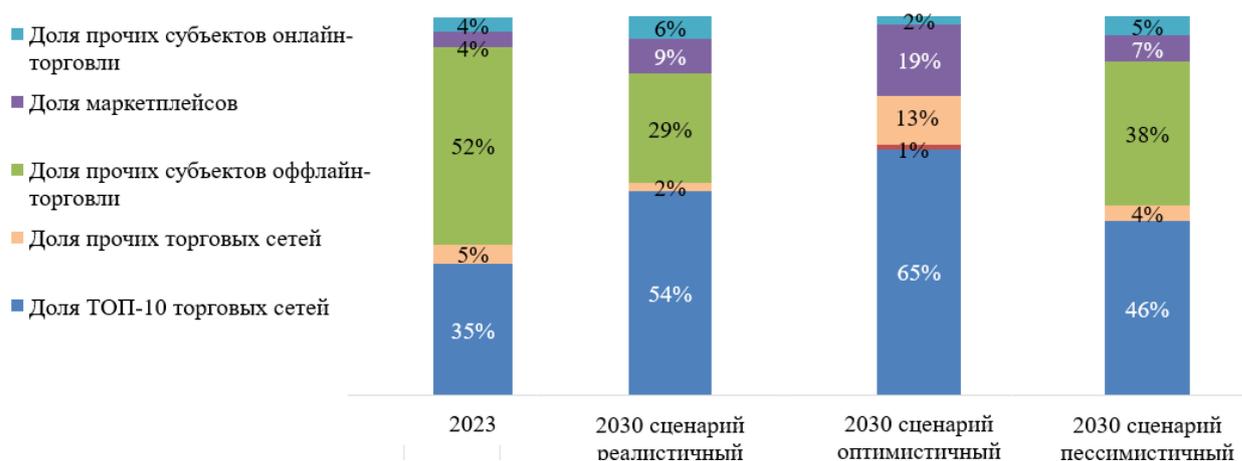


Рисунок 13 – Структура розничной торговли в России в 2023 году и прогноз до 2030 года

Источник: составлено автором

При всех сценариях в разных пропорциях произойдет рост доли ТОП-10 розничных торговых сетей за счет сокращения доли прочих торговых сетей

через сделки слияний и поглощений, а также за счет органического сокращения доли малого, микро и среднего бизнеса. Прогнозируется рост доли онлайн торговли с ростом доли маркетплейсов и сокращением доли прочих субъектов онлайн-торговли.

7. Аргументирована необходимость корректировки госполитики РФ в сфере регулирования торговой сферы на основе синтеза государственного регулирования и саморегулирования, определены субъекты и направления регулирующего воздействия.

В работе системно сформулированы принципы регулирования, сформированные в виде следующей матрицы: на пересечении методов регулирования, которые могут быть законодательно-административными, экономическими и информационными с направлениями регулирования (которые ведутся по трем направлениям – защита национальных интересов, защита отдельных сегментов бизнеса и защита населения) рождаются конкретные меры регулирования, подразделяющиеся также по формам регулирования – государственное и саморегулирование (рисунок 14).



Рисунок 14 – Матрица направлений, методов, форм и мер регулирования торговли

Источник: составлено автором

Исследован международный и российский опыт регулирования торговли, сделаны выводы о необходимости изменения подходов к регулированию торговли в РФ, представленные в таблице 7.

Таблица 7 – Систематизация мер регулирования торговли в России

Направление регулирования	Международный опыт	Состояние в России	Выводы
<u>1. Защита национальных интересов</u>			
1.1. Антисетевое законодательство и поддержка малых форм торговли	В США, родоначальнике антитрастовых законов, попытки сдерживания сетевой торговли были свернуты по причине преимуществ такой формы торговли; в странах Азии действуют жесткие запреты на ведение иностранными компаниями бизнеса на территории стран; в странах Западной Европы пытались сдерживать сетевую торговлю, но сети адаптировали свои форматы и юридические формы ведения бизнеса с целью обхода законов; в Восточной Европе торговые сети смогли легко завоевать пустой для них рынок после развала СССР; в Японии сетевая торговля не получила развития из-за национальных особенностей	Превалируют меры, запрещающие дискриминацию поставщиков, однако в последнее время подобные судебные дела возбуждаются все реже, а развитие сетей сдерживается 25% долей рынка в пределах определенной территории. Отсутствует Закон об электронной торговле и деятельность маркетплейсов, также представляющих собой олигополию, не регулируется	Попытки антитрастовых ограничений в развитых странах не смогли сдержать роста крупных торговых сетей. Россия проходит аналогичный путь с ростом доли крупных сетей и маркетплейсов
1.2. Равномерное развитие форматов торговли	Установлено, что торговые сети адаптировали стратегии развития скорее под влиянием социальных факторов, чем законодательного давления, одновременно с этим законодательные ограничения развития больших форматов	В России такой практики не существует – происходит процесс сокращения площадей торговых объектов под влиянием изменения потребительских привычек	Развитие форматов проходило в странах Запада как под воздействием регуляторных мер, так и социальных изменений. В России нет необходимости внедрения дополнительных мер регулирования форматов торговли

Направление регулирования	Международный опыт	Состояние в России	Выводы
	стимулируют развитие малых форматов, если это востребовано обществом		
1.3. Равномерное территориальное развитие торговли	Страны практиковали запреты на открытия магазинов в пределах определенных районов страны или города, однако торговые сети начинали развивать другие форматы магазинов или открывать магазины в других местах.	Показатель минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, регулируемый на уровне субъектов РФ. Не ведется подобный учет обеспеченности населения пунктами выдачи заказов	Территориальная особенность РФ не позволяет иметь равномерное развитие торговли по всей стране, однако стратегией ритейлеров является выход во все федеральные округа РФ. С усиливающимися процессами интеграции и концентрации перестанет иметь смысл жесткое ограничение развития ритейлеров в рамках одной территории. В условиях развития маркетплейсов и Интернет-торговли целесообразно начать вести учет динамики обеспеченности населения пунктами выдачи заказов и постаматов
<u>2. Защита отдельных сегментов бизнеса</u>			
2.1. Защита производителей	В международном опыте встречались случаи жесткого законодательного регулирования отношений торговых сетей и поставщиков, однако данная деятельность была свернута в виду негативного влияния на розничные цены	Законом о торговле установлен запрет дискриминации торговыми сетями поставщиков продовольственных товаров	Самоорганизация отношений ритейлер-поставщик может привести к большей интеграции, доверию и взаимодействию с целью повышения прозрачности и открытости бизнеса на всех участках

Направление регулирования	Международный опыт	Состояние в России	Выводы
			создания добавленной стоимости, лучшему удовлетворению запросов потребителей
2.2. Защита прав работников	Многие страны мира прошли путь государственного регулирования режима работы магазинов, причем в части стран он сохраняется и в настоящее время, а в части стран это отдано на откуп ритейлеров	Не применяется	Исторически сложившееся в странах Запада регулирование часов и дней работы в настоящее время пересматривается, в России не нашло применение
2.3. Защита прав продавцов	Развитые страны мира озабочены защитой продавцов через законодательные механизмы, параллельно крупные маркетплейсы самостоятельно оказывают поддержку бизнесу	Начат процесс саморегулирования отношений маркетплейсов и продавцов на маркетплейсе без законодательного регулирования таких отношений	Необходим поиск баланса государственного регулирования и саморегулирования отношений маркетплейс-продавец
<u>3. Защита населения</u>			
3.1. Защита прав потребителей	В оффлайн-торговле государства многих стран являются гарантом прав потребителей, и Россия не является исключением	Имеется Закон о правах потребителей, однако есть пробел с регулированием прав потребителей в онлайн-торговле	В оффлайн-торговле государства многих стран являются гарантом прав потребителей, и Россия не является исключением. Однако в отличие от стран Запада в России имеется пробел с регулированием прав потребителей в онлайн-торговле, которые необходимо устранить принятием Закона об электронной торговле или

Направление регулирования	Международный опыт	Состояние в России	Выводы
			адаптацией Закона о торговле
3.2. Контроль цен	Попытки государственного регулирования цен не приводят к успеху		Данный вопрос должен регулироваться законами спроса и предложения
3.3. Безопасность данных и платежей в онлайн-торговле	Сочетание саморегулирования с мерами государственного контроля	Пробелы в законодательстве, участвовавшие случаи утечки данных в последнее время	Обобщение рассмотрения мирового опыта регулирования безопасности данных и платежей в онлайн-торговле позволяет заключить о сочетании саморегулирования с мерами государственного контроля в странах Запада, чего пока нельзя сказать о России – необходимо проводить работу по привитию ответственности крупным игрокам онлайн-торговли, подкрепленную жестким законодательным регулированием
3.4. Безопасность и качество товара, защита окружающей среды	Обеспечение безопасности и качества товара ведется преимущественно мерами саморегулирования, а также с использованием экономических и информационных методов регулирования	Санкционное давление оказывает влияние на наличие некоторых пищевых ингредиентов, что сказывается на цене товара и его качестве. Основополагающим принципом формирования государственной политики регулирования в России должно стать соблюдение баланса мер	Необходим интеграционный процесс ритейлер-производитель для развития навыков самоконтроля от фермы до прилавка

Направление регулирования	Международный опыт	Состояние в России	Выводы
		государственного воздействия с повышением уровнем ответственности всех звеньев цепи поставок	

Источник: составлено автором

8. Разработан комплекс предложений и рекомендаций по совершенствованию регулирования торговли в России, включающий усиление саморегулирования в сфере обеспечения качества и безопасности товара, а также гарантии прав потребителей в оффлайн-торговле. В онлайн-торговле, напротив, необходима законодательная основа развития отношений операторов онлайн-платформ и продавцов и перемещение к госрегулированию в области гарантии прав покупателей.

Составлена матрица «государственное регулирование - саморегулирование» торговли и выявлено, что квадрант, в который в данное время не попала ни одна мера регулирования, представляет собой зону для развития законодательства в России – соблюдение баланса активного государственного вмешательства при наличии самоконтроля. Предложение по перемещению инструментов по квадрантам матрицы регулирования представлено на рисунке 15.



Рисунок 15 – Матрица государственное регулирование - саморегулирование торговли в России

Источник: составлено автором

В данном исследовании выявлено, что основополагающим принципом формирования государственной политики регулирования должно стать соблюдение баланса саморегулирования и государственного вмешательства, а именно в оффлайн-торговле. В оффлайн-торговле: путь к повышению самоорганизации и самосознания субъектов в сфере гарантий прав покупателей, качества и безопасности товаров. В онлайн-торговле с развитием маркетплейсов, статус которых пока законодательно не определен, необходимо ужесточение регулирования в области обеспечения прав и гарантий покупателей и продавцов, безопасности данных. На этапе активного развития онлайн-торговли в России требуется государственная гарантия прав онлайн-продавцов, которая поддержит постепенный процесс саморегулирования, но не наоборот - по аналогии с оффлайн-торговлей, где сначала был принят Закон о торговле, позже – «Кодекс добросовестных практик». Необходимо уточнение статуса оператора электронной платформы (маркетплейса) в Законе о защите прав потребителей, наделение его ответственностью за обеспечение качества товара.

9. Предложен концепт-проект стратегии развития торговли РФ на период до 2030 года, базирующийся на видении торговли в виде экосистемы с ключевой ролью крупных торговых сетей и платформ – центрами экосистемы, предполагающий инновационное и устойчивое развитие торговли в стране и базирующийся на организационной трансформации торговли.

Традиционно цепочки поставок организованы последовательно, то есть «конвейерно»: производитель – продавец - конечный потребитель. Суть платформы заключается в посредничестве, автономии участников и росте за счет сетевых эффектов. В настоящее время происходит стирание отраслевых границ и появление новых межотраслевых экосистем, объединяющих множество участников в сложные взаимозависимые отношения, происходит организационная трансформация торговли. Следствием изменения бизнес-моделей является изменение типа конкуренции, возрастают системные связи и сетевое взаимодействие - движение от конкуренции к так называемой «совместной конкуренции» (coopetition). Электронная торговля, основанная компаниями без физических магазинов, появившись и существуя долгое время параллельно оффлайн-торговле, будет являться все большим конкурентом оффлайн-торговле, однако она же будет поощрять все более тесное сотрудничество и этот процесс представляет собой ни что иное как «coopetition».

Происходит качественно новое развитие торговли под влиянием трех групп факторов, появляется новый виток развития торговли - экосистема, который означает видоизмененные процессы интеграции и концентрации (рисунок 16).

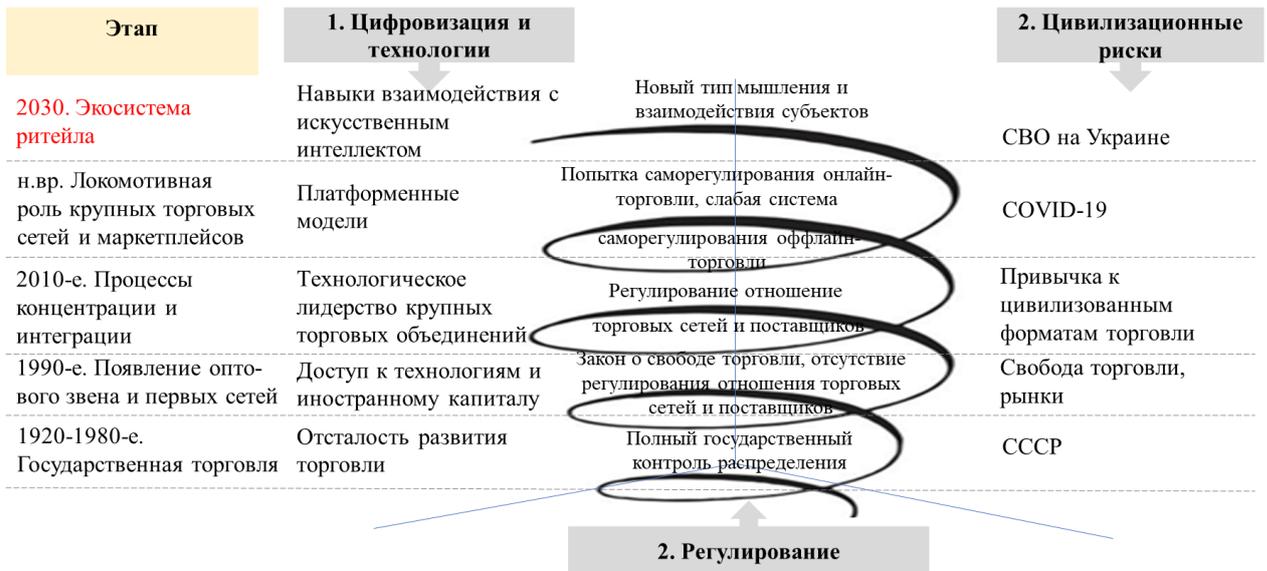


Рисунок 16 – Новый виток спирали торговли – экосистема

Источник: составлено автором

Автор диссертации понимает под экосистемой группы субъектов, которые взаимодействуют друг с другом в рамках неиерархической структуры отношений с целью создания такой общей ценности, которую одиночный субъект создать бы не смог, при этом ценность, созданная одним элементом, должна быть поделена между всеми элементами системы. Ключевыми навыками и компетенциями в эпоху экосистем можно назвать умение быть предпринимателем внутри большой корпорации, умение работать без команды сверху и центра управления, выстраивать сетевые связи и видеть их, навык системного мышления и умение работать не с фиксированными знаниями, а с ускоряющимся потоком знаний в сложном VUCA-мире. Данным навыкам необходимо обучение в современном ВУЗе.³

Таким образом, что ритейл будет представлять собой экосистему поставщиков и покупателей, ритейлеров-конкурентов, которые будут сотрудничать для создания ценности, а государству необходимо будет стимулировать партнерство, а именно - создание экосистем вокруг сетевых организаций (торговые сети в оффлайн-ритейле и маркетплейсы в онлайн-ритейле) и стимулировать партнерства крупного бизнеса и малого в виде ИТ-стартапов и других форм взаимодействия внутри системы. Торговые сети могут привлекать представителей малого бизнеса в качестве партнеров-поставщиков, развивать деятельность мелких фермеров. Маркетплейсы являются площадкой для развития малого бизнеса (рисунок 17).

³ Попенкова, Д. К. Эволюционные процессы в торговле ведущих мировых государств: монография. – Чебоксары: ИД «Среда», 2023. – 76 с.

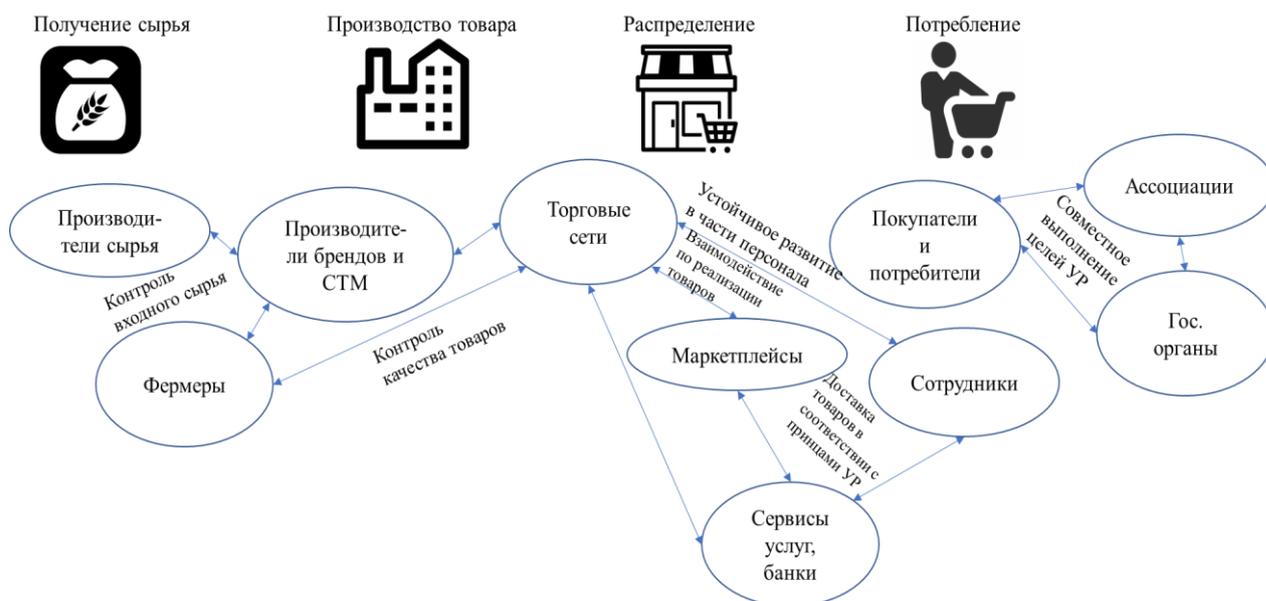


Рисунок 17 – Экосистема ритейла

Источник: составлено автором

Аккумулируя исследованный материал, изобразим схематично суть новой парадигмы торговли (рисунок 18).



Рисунок 18 – Новая парадигма торговли

Источник: составлено автором

С учетом нового витка и новой парадигмы торговли назрела необходимость новой стратегии ее развития в РФ. Изучение положений Проекта Стратегии развития торговли в Российской Федерации на период до 2025 года позволило заключить, что большинство статей утратило актуальность и требует доработки. Новый концепт-проект стратегии развития торговли в РФ – 2030 представлена в таблице 8.

Таблица 8 – Концепт-проект стратегии развития торговли в РФ

Миссия	Цель	Задача	Стратегические проекты	Метрика (в скобках – целевое значение метрики – 2030)
Инновационное и устойчивое развитие торговли в стране	1. Инновационное развитие торговли	1.1. развитие современных форматов торговли во всех регионах страны	1. равномерный рост торговли по стране	доля торговых сетей в обороте торговли (более 50%)
		1.2. повышение доли электронной торговли	2. обеспечение логистической инфраструктуры развития Интернет-торговли	- обеспеченность складской недвижимостью, кв. м/чел. (0,4) - индекс качества транспортной инфраструктуры к уровню 2021 года (более 100%)
			3. рост доли маркетплейсов	- рост числа постаматов и пунктов выдачи заказов (начать вести учет)
	1.3. Обеспечение прозрачности и безопасности торговли	4. баланс саморегулирования и государственного регулирования	- корректировка законодательной базы (внесение предложенных изменений)	
	2. Устойчивое развитие торговли	2.1. содействие ответственному потреблению и использованию ресурсов	5. включение УР в стратегии развития компаний	- выбросы CO ₂ , потребление пластика, отходы (100% перерабатываемых твердых отходов, на треть меньше 30% выбросы парниковых газов и потребление пластика)
		2.2. обеспечение населения товарами в условиях санкций, повышение их качества и безопасности	6. повышение продовольственной безопасности	- ответственное производство, сокращение серого импорта, обеспечение прослеживаемости - доля российских товаров-производителей (100% импортозамещение)

Миссия	Цель	Задача	Стратегические проекты	Метрика (в скобках – целевое значение метрики – 2030)
		2.3. обучение новым навыкам	7. развитие компетенций, необходимых для успешной работы в условиях экосистемы	число учебных курсов, соответствующих требованиям, предъявляемым к работе в условиях экосистемного подхода

Источник: составлено автором

10. Сделан вывод о дифференциации субъектов торговой-предпринимательской деятельности по критерию цифрового технологического лидерства, финансовой основой которого является концентрация торгового капитала.

Проведена авторская систематизация используемых в торговле цифровых технологий на основе распространенности и срочности внедрения, построена матрица перспективности внедрения технологических инноваций. Интернет вещей, беспилотная доставка могут быть отсрочены к внедрению, а роботизация, искусственный интеллект, персонализация являются технологиями, в которые в ближайшие годы ритейлеры будут инвестировать, при этом такие технологии как биометрия и дополненная реальность уже являются активно внедряемыми и продолжают развиваться; NFT, Big Data, чат-боты – технологии «прошлого», не использование которых крупным ритейлером свидетельствует об аутсайдерстве (рисунок 19).

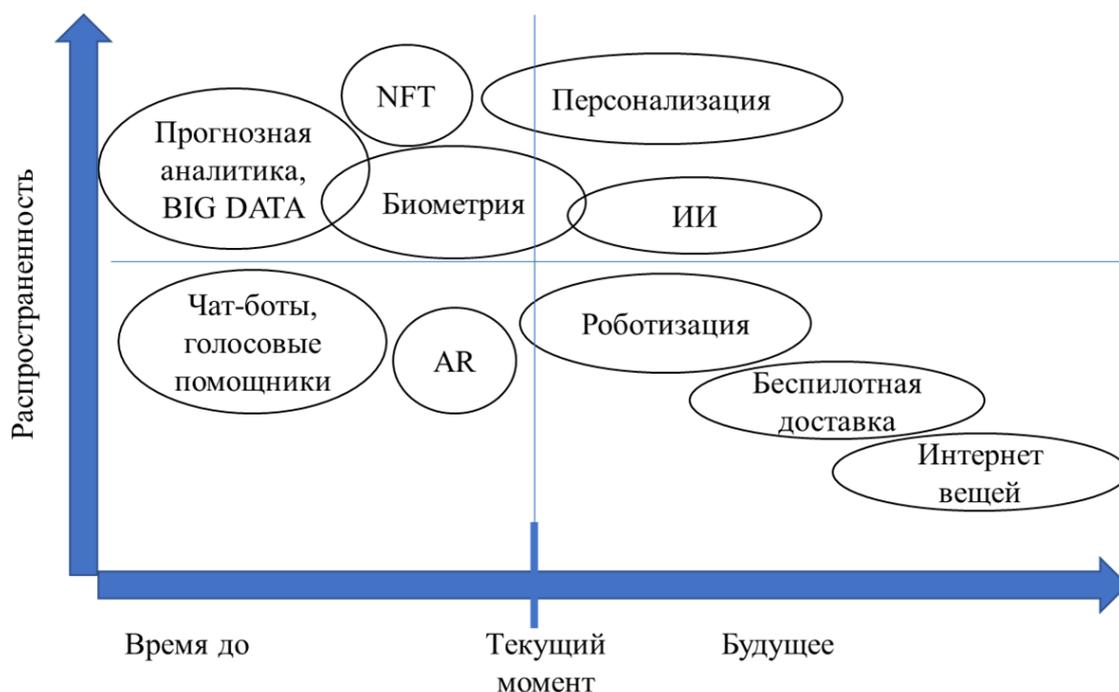


Рисунок 19 – Матрица использования в ритейле цифровых технологий
Источник: составлено автором

В эпоху цифровизации с развитием роботизации современному поколению необходимо развивать новые навыки – взаимодействие с искусственным интеллектом, чему необходимо начать обучать в ВУЗах.

Сделан вывод о дифференциации игроков по критерию цифрового технологического лидерства, финансовой основой которого является концентрация торгового капитала. Игроки рынка поделятся на тех, кто будет лидировать в цифровизации (крупнейшие ритейлеры) и отставать без необходимых средств для внедрения и цифровой экспертизы персонала. Выявлено, что путь развития малого бизнеса лежит в плоскости участия в технологических экосистемах «крупные торговые сети – малый бизнес». Крупные торговые станут локомотивами технологического развития ритейла в стране, а государству необходимо осуществлять стимулирование созданию подобных экосистем, софинансирование проектов в области инновационного развития торговли в условиях санкций и импортозамещения технологий.

11. Обобщены и систематизированы инициативы крупных торговых сетей России и мира в области устойчивого развития, выявлена необходимость усиления их интеграции в рамках циклов производства и потребления для получения каскадного эффекта в достижении целей устойчивого развития, предложен экосистемный подход для достижения данных целей. Предложено создание негосударственной ассоциации, занимающейся повышением качества товаров в рамках экосистемы ритейла, в которой будет обеспечено более открытое и устойчивое взаимодействие субъектов торговой деятельности.

Обобщены и систематизированы инициативы в области устойчивого развития крупных торговых сетей России и мира, что позволило сделать заключение о том, что тема устойчивого развития включена или находится в стадии включения в стратегию их развития, однако потребуются время на развитие инфраструктуры, разработки норм, обмен информацией и повышение уровня образованности субъектов. Международные сети имеют план продвижения к Целям устойчивого развития в следующих областях: общий климатический след, сокращение CO₂, сокращение отходов, бережение энергии, использование переработанных материалов и цепочки поставок. Российские сети пока находятся на стадии включения данной повестки в свои стратегии. Именно поэтому необходимо усилить данные инициативы, а государству – их стимулировать.

Установлено, что торговые сети, являясь заказчиками производства собственных торговых марок, а также решающим звеном в определении предлагаемого покупателям ассортимента, вовлечены в процесс обеспечения продовольственной безопасности страны, оказывая влияние помимо самих себя на производителей, а также покупателей. В России имеется большое число пробелов в сфере контроля качества производимой продукции, причем с обеих сторон – как у ритейлера, так и производителя: недостаток специалистов, низкий уровень культуры производства, менталитет собственников бизнеса, отсутствие выстроенной системы самоконтроля всех

звеньев процесса производства. Введенные санкции накладывают сложности на наличие ингредиентов для производства товаров, что отражается негативно на качестве продукции. Выявлена необходимость большей интеграции в рамках циклов производства и потребления для получения каскадного эффекта в достижении целей устойчивого развития. Обоснован переход к концепции экономики замкнутого цикла в виде устойчивого управления цепочками поставок, который, в свою очередь, требует системного мышления, а также бизнес-моделей, учитывающих более широкую сеть заинтересованных сторон и их большую вовлеченность. В целях содействия развитию саморегулирования в вопросах безопасности и качества товаров предложено создание соответствующей негосударственной ассоциации, в которую должны входить представители крупнейших торговых сетей, производителей, аудиторских компаний, Роспотребнадзора, Роскачества, ВУЗов. Взаимодействие различных структур в ассоциации представлено на рисунке 20.



Рисунок 20 – Схема взаимодействия в ассоциации торговых сетей

Источник: составлено автором

Обобщая, на новом витке развития торговли – экосистема – появится необходимость большей интеграции участников в области устойчивого развития и в технологическом развитии, что должно повлечь изменение роли государства и принципов регулирования торговли.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для достижения цели исследования - решение научной проблемы, связанной с теоретико-методологическим обоснованием развития розничной торговли на основе смены ее парадигмы, формирование стратегических рекомендаций по развитию торговли и ее субъектов в условиях возрастающей роли цифровизации, технологий и меняющейся внешней среды - проведено комплексное исследование, включающее следующие этапы:

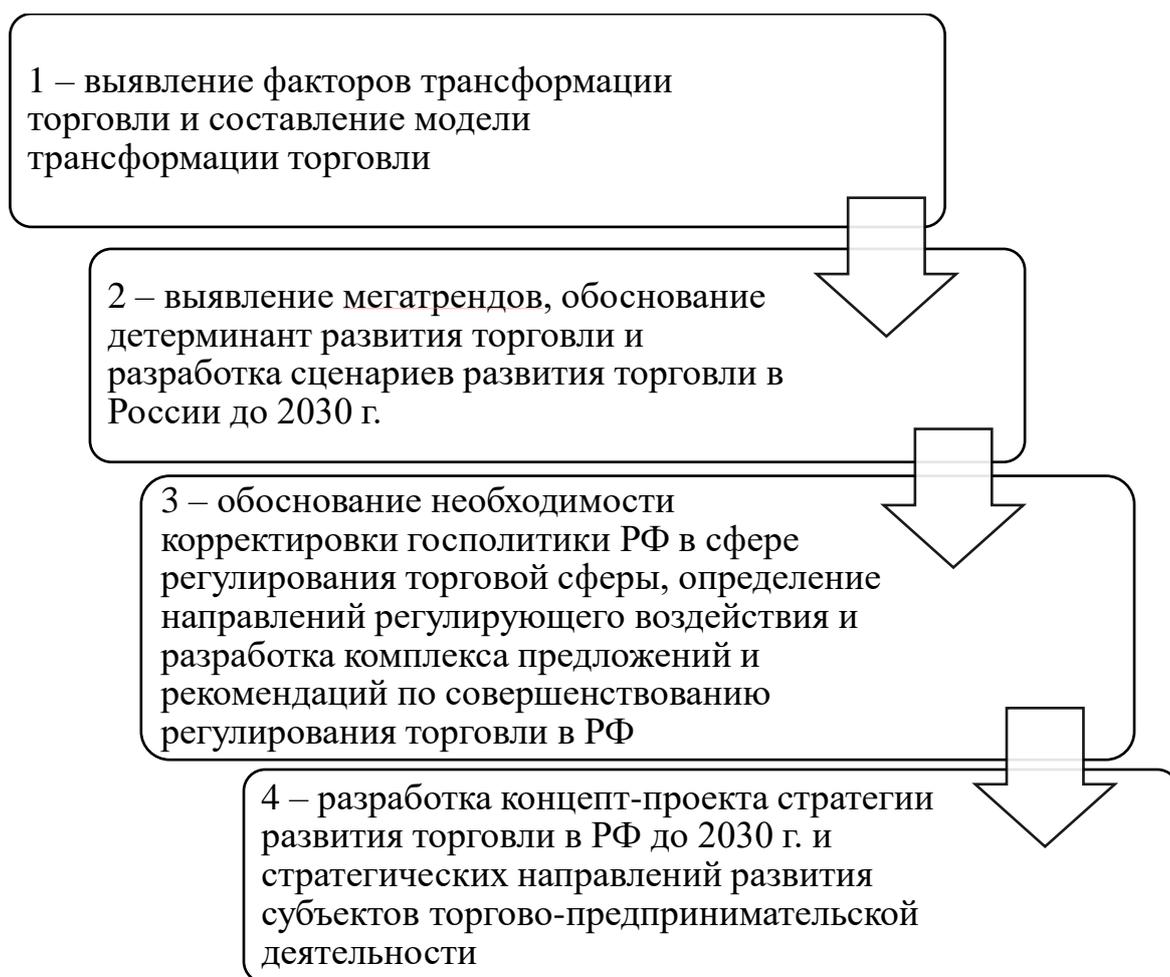


Рисунок 21 – Этапы и методология исследования

Источник: составлено автором

В диссертационном исследовании предложен следующий подход: 1 - выявление факторов трансформации торговли и составление авторской модели трансформации; 2 – исследование мегатрендов, обоснование детерминант развития оффлайн- и онлайн-торговли торговли и разработка сценариев развития торговли в России; 3 - обоснование необходимости корректировки госполитики РФ в сфере регулирования торговой сферы и разработка комплекса предложений и рекомендаций; 4 - формирование видения развития торговли в России до 2030 г. и стратегических направлений развития ее субъектов. Данный подход позволил выполнить цель исследования - решение научной проблемы, связанной с теоретико-методологическим обоснованием развития розничной торговли на основе смены ее парадигмы, формировании стратегических рекомендаций по развитию розничной торговли и ее субъектов в условиях возрастающей роли цифровизации, технологий и меняющейся внешней среды.

Подтверждено, что экономической природой формирования добавленной стоимости в торговле была и остается торговая услуга, как результат торгово-предпринимательской деятельности и обосновано изменение структуры добавленной стоимости, формируемой в торговле, происходящее под влиянием процессов цифровизации. Проведена авторская

этапизация процесса трансформации розничной торговли, послужившая основой выявлению движущих сил, основ трансформации – технологические толчки (цифровизация), социально-демографические факторы (цивилизационные риски), а также регулирование со стороны государства. Разработана авторская модель трансформации торговли, основанная на циклических эволюционных теориях (теории колеса торговли и аккордеона, теории цикличности Vabin, модели Grewal), суть которой сводится к развитию торговли по спирали под воздействием трех групп факторов влияния, перечисленных выше.

Систематизированы и развиты теоретико-методологические основы развития торговли в России, опирающиеся на результаты исследования этапов ее трансформации и присущих им особенностей, а также выявлены особенности развития электронной торговли, не являющейся новым каналом торговли, а развивающийся параллельно с оффлайн-торговлей, но получившей качественно новый виток развития в период COVID-19. Инструментально (с помощью корреляционно-регрессионного анализа SPSS) обоснованы детерминанты развития оффлайн- и онлайн-торговли в РФ в среднесрочной перспективе, в том числе в разрезе регионального развития торговли.

Выявлены мировые мегатренды в торговле, которые актуальны и для России, сформулированы вызовы для государства и ритейлеров, содержащиеся в данных трендах. Составлено три сценария развития торговли - реалистичный, оптимистичный, пессимистичный. В сценариях заложен разный рост оборота торговли, который зависит от основного фактора развития торговли - уровня бедности. При постепенном сокращении уровня бедности регионов как минимум до уровня 10-15% прогнозируется реалистичный сценарий. При активном сокращении уровне бедности до уровня не выше 10% во всех регионах страны, прогнозируется оптимистичный сценарий. И при недостижении успеха в сокращении уровня бедности – пессимистический сценарий развития торговли в РФ. В сценариях заложена разная доля онлайн-торговли, отражающая степень цифровизации торговли, а также доля торговых сетей, отражающая процессы концентрации и консолидации. Предложена трансформация структуры торговли вплоть до 2030 года для каждого сценария. Трансформация предполагает рост доли крупных торговых сетей за счет сокращения доли прочих субъектов торговли и рост доли маркетплейсов.

Предложен методологический подход к регулированию торговли, суть которого предполагает три метода регулирования: законодательно-административное, экономическое и информационное; две формы регулирования – государственное и саморегулирование и три направления регулирования: защита национальных интересов, защита отдельных сегментов розничной торговли, защита населения. Аргументирована необходимость корректировки госполитики РФ в сфере регулирования торговой сферы на основе синтеза государственного регулирования и

саморегулирования, определены субъекты и направления регулирующего воздействия. Разработан комплекс предложений и рекомендаций по совершенствованию регулирования торговли в России, включающий усиление саморегулирования в сфере обеспечения качества и безопасности товара, а также гарантии прав потребителей. В онлайн-торговле, напротив, необходима законодательная основа развития отношений операторов онлайн-платформ и продавцов и перемещение от саморегулирования к государственному в области гарантии прав покупателей.

Обосновано изменение бизнес-моделей ритейлеров - переход от «конвейерных» моделей к платформенным, выявлена организационная трансформация торговли. С изменением бизнес-моделей меняется тип конкуренции от олигополистической на «совместную» конкуренцию, при которой сотрудничество усиливает эффекты кооперативных отношений, предполагая отношения сотрудничества и соперничества одновременно. Предложено видение торговли в виде экосистемы с ключевой ролью крупных торговых сетей и платформ – центров экосистемы.

Составлен концепт-проект стратегии развития торговли в РФ – 2030, предполагающая инновационное и устойчивое развитие торговли в стране, предложены стратегические проекты. Сделан вывод о дифференциации игроков по критерию цифрового технологического лидерства, финансовой основой которого является концентрация торгового капитала. Выявлено, что путь развития малого бизнеса лежит в плоскости участия в технологических экосистемах по схеме «крупные торговые сети – малый бизнес», крупные торговые сети станут локомотивами технологического развития ритейла в стране, а государству необходимо осуществлять стимулирование создания подобных экосистем, софинансирование проектов в области инновационного развития торговли в условиях санкций и импортозамещения технологий. Концепцией технологического развития ритейлеров, которые не захотят стать аутсайдерами, должно стать внедрение экосистемного подхода в торговле, а государству необходимо стимулировать создание партнерств. Сделан вывод о социально-демографических сдвигах общества, выявлено, что проблема устойчивого развития становится все более актуальной для молодого поколения, а с учетом повышения его доли в структуре населения на горизонте до 2030 года необходимость повышения внимания государства и ритейлеров к данной проблеме становится критически важной. Обобщены и систематизированы инициативы в области устойчивого развития крупных торговых сетей России и мира. Выявлена необходимость большей интеграции в рамках циклов производства и потребления для получения каскадного эффекта в достижении целей устойчивого развития. Обоснован переход к концепции экономики замкнутого цикла в виде устойчивого управления цепочками поставок, которое, в свою очередь, требует системного мышления, бизнес-моделей, учитывающих более широкую сеть заинтересованных сторон и их большую вовлеченность. Предложено создание негосударственной Ассоциации, занимающейся повышением качества товаров, в которую

должны войти представители крупнейших торговых сетей, производителей, аудиторских компаний, Роспотребнадзора, Роскачества, ВУЗов - экосистема ритейла будущего, в которой происходит более открытое и устойчивое взаимодействие, конкуренция ритейлеров сводится к сотрудничеству для создания ценности и достижения целей устойчивого развития. Данная рекомендация позволит устранить пробелы в сфере контроля качества производимой продукции.

Подводя общий итог, обоснован новый виток развития торговли – экосистема, предполагающий изменение типа конкуренции, появление центров в виде крупных объединений и наличие партнерств в них малого бизнеса, а также другую роль государства и корректировку системы регулирования торговли в сторону саморегулирования в оффлайн-торговле и усиление государственного регулирования в области онлайн-торговли. Экосистемный подход необходим и при разработке стратегий крупных торговых объединений (сетей, маркетплейсов) с целью большей интеграции участников в области устойчивого развития и в технологическом развитии.

IV. СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора наук:

1. Попенкова, Д. К. Стратегии международных ритейлеров / Д. К. Попенкова. – Текст : электронный // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2017. – № 3(93). – С. 120-126. – ISSN: 2413-2829.– ISSN: 2587-9251. – URL: <https://vest.rea.ru/jour/article/view/301> (дата обращения: 20.02.2024). – 0,54 печ. л. – 0,54 авт. печ. л.

2. Попенкова, Д. Развитие торговых сетей в России в условиях кризиса / Д. Попенкова, Т. Подсыпанина. – Текст : непосредственный // Проблемы теории и практики управления. – 2017. – № 5. – С. 126-133. – ISSN: 0234-4505. – 0,46 печ. л. – 0,30 авт. печ. л.

3. Подсыпанина, Т. Д. Определение некоторых направлений развития малых форматов торговли на основе анализа интересов стейкхолдеров / Т. Д. Подсыпанина, Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2018. – № 43. – С. 256-278. – ISSN: 1998-8648. – eISSN: 2311-3227. – 1,43 печ. л. – 1,10 авт. печ. л.

4. Попенкова, Д. К. Развитие ритейлеров на основе видения будущего / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019. – № 47. – С. 182-194. – ISSN: 1998-8648. – 0,77 печ. л. – 0,77 авт. печ. л.

5. Попенкова, Д. К. Перспективы развития e-commerce / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 11(112). – С. 670-682. – ISSN: 1999-2300. – 1,03 печ. л. – 1,03 авт. печ. л.
6. Попенкова, Д. К. Стратегия развития категории товара ритейлером / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 2(115). – С. 1143-1154. – ISSN: 1999-2300. – 0,72 печ. л. – 0,72 авт. печ. л.
7. Попенкова, Д. К. Маркетплейсы как возможность для малого предпринимательства / Д. К. Попенкова. – Текст непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 2(127). – С. 690-694. – ISSN: 1999-2300. – 0,50 печ. л. – 0,50 авт. печ. л.
8. Попенкова, Д. К. Меры государственной поддержки предприятий малого и среднего бизнеса в сфере онлайн-торговли / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2021. – № 9. – С. 43-48. – ISSN: 2223-2974. – 0,78 печ. л. – 0,78 авт. печ. л.
9. Попенкова, Д. К. Преимущества, барьеры и факторы развития электронной торговли малыми и средними предприятиями / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 10. – С. 141-146. – ISSN: 2307-180X. – 0,69 печ. л. – 0,69 авт. печ. л.
10. Попенкова, Д. К. Этапы развития e-commerce малыми и средними предприятиями / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 8-2. – С. 169-180. – ISSN: 1818-4057. – ISSN: 2226-3977. – 1,06 печ. л. – 1,06 авт. печ. л.
11. Попенкова, Д. К. Трансформация розничной торговли в условиях цифровизации / Д. К. Попенкова, И. Б. Стукалова. – Текст: непосредственный // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 2-1. – С. 89-99. - ISSN: 1818-4057. – eISSN: 2226-3977. – 0,89 печ. л. – 0,45 авт. печ. л.
12. Попенкова Д.К. Государственная поддержка малых и средних предприятий-несырьевых экспортеров с помощью организации Единого окна экспортера Д.К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Проблемы экономики и юридической практики. – 2022. – Т. 18. - №2. - С. 253-260. – ISSN: 2541-8025. – eISSN: 2712-760. – 0,89 печ. л. – 0,89 авт. печ. л.
13. Попенкова, Д. К. Государственное регулирование торговли в контексте продовольственной безопасности / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 6(143). – С. 206-209. – ISSN: 1999-2300. – 0,45 печ. л. – 0,45 авт. печ. л.
14. Попенкова, Д. К. Трансформация роли маркетплейсов / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Проблемы экономики и юридической практики. – 2023. – Т. 19, № 2. – С. 284-291. – ISSN: 2541-8025. – eISSN: 2712-7605. – 0,56 печ. л. – 0,56 авт. печ. л.
15. Попенкова, Д. К. Трансформация стратегий торговых сетей / Д. К. Попенкова. – Текст: непосредственный // Экономика и управление:

проблемы, решения. – 2023. – Т. 2, № 3(135). – С. 13-26. – ISSN: 2227-3891. – eISSN: 2308-927X. – 1,08 печ. л. – 1,08 авт. печ. л.

16. Попенкова, Д. К. Эволюция и перспективы развития электронной торговли в России / Д. К. Попенкова. – Текст: непосредственный // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 2, № 1(133). – С. 120-132. – ISSN: 2227-3891. – eISSN: 2308-927X. – 0,91 печ. л. – 0,91 авт. печ. л.

17. Попенкова, Д. К. Некоторые аспекты саморегулирования в торговле в Российской Федерации / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Бизнес. Образование. Право. – 2023. – № 1(62). – С. 35-40. – ISSN: 1990-536X. – 0,78 печ. л. – 0,78 авт. печ. л.

18. Попенкова, Д. К. Детерминанты развития электронной торговли / Д. К. Попенкова. – Текст: непосредственный // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 3, № 10(139). – С. 19-24. – ISSN: 2227-3891. – eISSN: 2308-927X. – 0,43 печ. л. – 0,43 авт. печ. л.

19. Попенкова Д. К., Стукалова И. Б. Розничная торговля в России: тренды и вызовы. – Текст : непосредственный // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. № 2. Т. 2. С. 41–50. - ISSN: 2308-927X. – ISSN: 2227-3891. – 0,81 печ. л. – 0,40 авт. печ. л. – 0,40 авт. печ. л.

Монографии:

20. Попенкова, Д. К. Устойчивое развитие как элемент стратегии развития ритейлеров / Д. К. Попенкова. – Текст: непосредственный. // Маркетинг: проблемы, решения и перспективы. Том 1. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2022.– С. 218-238. - ISBN: 978-5-466-00769-5.– 2,50 печ. л. – 2,50 авт. печ. л.

21. Попенкова, Д. К. Эволюционные процессы в торговле ведущих мировых государств : Монография / Д. К. Попенкова. – Текст: непосредственный. – Чебоксары : Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2023. – 76 с. – ISBN 978-5-907688-60-5. – 2,85 печ. л. – 2,85 авт. печ. л.

Статьи, опубликованные в Scopus:

22. Popenkova, D. K. Prospective directions of e-commerce development / D. K. Popenkova, A. F. Nikishin. – Text : electronic // Journal of Advanced Research in Law and Economics. – 2020. – Vol. 11, No. 4(50). – P. 1337-1344. – DOI 10.14505/jarle.v11.4(50).30. – URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/issue/view/200/> – Дата публикации: 15.06.2020. – 0,62 печ. л. – 0,40 авт. печ. л.

23. Popenkova, D. K. The range of goods at a retail chain: The formation technology / D. K. Popenkova, A. F. Nikishin. – Text : electronic // Journal of Advanced Research in Law and Economics. – 2019. – Vol. 10, No. 6(44). – P. 1811-1823. – DOI 10.14505/jarle.v10.6(44).24. – URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/issue/view/194/> – Дата публикации: 30.09.2019. – 0,76 печ. л. – 0,76 авт. печ. л.

24. Evolution of Retail in Russia. – Text : electronic // E3S Web of Conferences Volume 449 (2023) International Scientific and Practical Conference

«Priority Directions of Complex Socio-Economic Development of the Region» (PDSED 2023). - Urgench, Uzbekistan, April 27-29, 2023. - DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344901003>. - URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2023/86/e3sconf_pdsed2023_01003.pdf.

Дата публикации: 16.11.2023. – 0,34 печ. л. – 0,34 авт. печ. л.

Библиографическая и реферативная база данных Web of Science:

25. Popenkova, D. K. Ecosystems as a new stage of retail development / D. K. Popenkova. – Text : electronic // Journal of Management & Technology, vol. 23, n.1, p. 325-347, jan./mar.2023 (ISSN21776652-Brasil-WoS). - DOI: <https://doi.org/10.20397/2177-6652/2023.v23i1.2574>. - URL: <http://revistagt.fpl.emnuvens.com.br/get/article/view/2574/> – Дата публикации: 19.06.2023. – 1,35 печ. л. – 1,35 авт. печ. л.

– Дата публикации: 19.06.2023. – 1,35 печ. л. – 1,35 авт. печ. л.

Участие в научных конференциях с докладами и сообщениями по теме диссертационного исследования:

26. Popenkova, D. K. FMCG industry (Petfood) development in Russia / D. K. Popenkova. – Текст : непосредственный // Потенциал современной науки. Журнал издан по итогам международной научной конференции «XXIII-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ» (Российская Федерация, г. Липецк, 25 апреля 2016г.). – 2016. – №. 3(20). – P. 72-77. – ISSN: 2312-1939. – 0,31 печ. л.

27. Попенкова, Д. К. Регулирование прав работников на платформах / Д. К. Попенкова. – Текст: непосредственный // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 11-2. – С. 326-330. - ISSN: 1818-4057. – eISSN: 2226-3977. – 0,42 печ. л. – 0,42 авт. печ. л.

28. Попенкова, Д. К. Модель трансформации розничной торговли / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Торговля будущего: вызовы времени, концепции, стратегии и модели развития : Материалы Международной конференции - круглого стола к 115-й годовщине РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва, 18 февраля 2022 года / Под общей редакцией А.Н. Столяровой, С.В. Панасенко. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2022. – С. 119-122. – ISBN: 978-5-466-02082-3. – 0,16 печ. л. – 0,16 авт. печ. л.

29. Попенкова, Д. К. Государственное регулирование торговой деятельности: кейсы разных стран / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Глобальная неопределенность. Развитие или деградация мировой экономики? : Сборник статей XI Международной научной конференции. В 2-х томах, Москва, 17–18 мая 2022 года / Под редакцией С.Д. Валентя. Том 2. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2022. – С. 22-30. - ISBN: 978-5-7307-1944-6. – 0,49 печ. л. – 0,49 авт. печ. л.

30. Попенкова, Д. К. Проблемы производства собственных торговых марок ритейлеров в России / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы развития промышленности России : Сборник материалов XII Международной научно-практической конференции: на

правах коллективной монографии, Москва, 30 ноября 2022 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2023. – С. 171-174. – ISBN: 978-5-466-03049-5. – 0,23 печ. л. – 0,23 авт. печ. л.

31. Попенкова, Д. К. Поколенческие особенности – вызовы для ритейлеров / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Торговля будущего: вызовы времени, концепции, стратегии и модели развития : Материалы Международного ежегодного научного форума, Москва, 11 апреля 2023 года. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 112-122. – ISBN: 978-5-7307-2081-7. – 0,64 печ. л. – 0,64 авт. печ. л.

32. Попенкова, Д. К. Совершенствование системы регулирования онлайн-торговли в России / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Приоритеты и механизмы стратегического планирования в Российской Федерации : сборник статей XII Международной научной конференции, Москва, 26–27 апреля 2023 года. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 139-145. – ISBN: 978-5-7307-2102-9. – 0,47 печ. л. – 0,47 авт. печ. л.

33. Попенкова, Д. К. Процессы концентрации в торговле. – Текст : непосредственный // НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ И МИРА: сборник статей XI Международной научно-практической конференции «Научно-техническое развитие России и мира», г. Саратов, 30.08.2023 г. – Саратов: НОП «Цифровая наука». – 2023. – С. 86-91. – 0,12 печ. л. – 0,12 авт. печ. л.

34. Попенкова, Д. К. Влияние трансграничной торговли на развитие электронной торговли в России. – Текст : непосредственный // XXX International Scientific and Practical Conference «ISSUES OF DEVELOPMENT OF MODERN SCIENCE AND TECHNOLOGY», Melbourne, Australia, 06.09.2023 г. – 2023. – С. 80–86. – 0,19 печ. л. – 0,19 авт. печ. л.

35. Попенкова, Д. К. Сущность и понятие электронной торговли / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Современные тренды управления и цифровая экономика: от регионального развития к глобальному экономическому росту : сборник статей V Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 10 августа 2023 года / Институт цифровой экономики и права. – Екатеринбург: Общество с ограниченной ответственностью «Институт Цифровой Экономики и Права», 2023. – С. 145-147. – ISBN: 978-5-6050374-2-2. – 0,23 печ. л. – 0,23 авт. печ. л.

36. Попенкова, Д. К. Адаптация стратегий ритейлеров при выходе на зарубежные рынки / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Социально-экономические процессы современного общества : Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Чебоксары, 20 сентября 2023 года / Гл. редактор Э.В. Фомин. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2023. – С. 21-24. – ISBN: 978-5-907688-70-4. – 0,25 печ. л. – 0,25 авт. печ. л.

37. Попенкова, Д. К. Сценарный анализ как инструмент формирования стратегии развития отрасли / Д. К. Попенкова. – Текст : непосредственный // Современные тренды управления, экономики и предпринимательства: от теории к практике : Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Ульяновск, 14–15 ноября 2023 года. – Ульяновск: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2023. – С. 21-24. – ISBN:978-5-907688-85-8. – 0,22 печ. л. – 0,22 авт. печ. л.

Попенкова Дарья Константиновна
Трансформация розничной торговли в условиях технологических изменений
экономики России

Подписано в печать 20.06.2024 г.

Формат А5
Бумага офсетная. Печать цифровая.

Тираж 100 Экз
Формат 60×90/16. Усл. печ. л. 2..

Типография ООО “ПринтСайдАп”

115093, г. Москва,
ул. Люсиновская, д.39 стр.5 Тел. 8-495-587-71-31
www.printside.ru