

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО РОЗНИЧНОГО РЫНКА

Кузнецова Екатерина Антоновна

студент, кафедра мировой экономики и таможенной статистики, Российской таможенной академии, РФ, г. Люберцы

Розничный сектор играет важную роль в экономике России, предоставляя товары и услуги конечным потребителям. Этот сектор подвержен постоянным изменениям, связанным с развитием новых технологий, изменением потребительских предпочтений и законодательной базы. В данной статье исследуются особенности российского розничного рынка и его актуальные вызовы.

Российский розничный рынок имеет разнообразную структуру, включающую традиционные магазины, супермаркеты, универмаги, интернет-магазины и другие формы торговли. Каждый сегмент розничного рынка имеет свои особенности и конкурентные преимущества.

Российский розничный рынок имеет свои уникальные особенности. Основные характеристики российского розничного рынка:

1. Географическое разнообразие: Российская Федерация является самой большой страной в мире с обширной территорией и разнообразными регионами, что создает вызовы для розничных компаний, так как потребительские предпочтения и покупательная способность могут отличаться в разных частях стран, при этом, например, Москва и Санкт-Петербург, имеют более высокий уровень развития розничной инфраструктуры и более высокие доходы населения, в то время как в отдаленных и менее населенных регионах могут преобладать другие факторы.
2. Электронная коммерция: в последние годы электронная коммерция в России стала одним из самых быстрорастущих сегментов розничного рынка. Увеличение числа интернет-пользователей и развитие онлайн-платформ способствовали росту онлайн-торговли. Онлайн-магазины предлагают широкий выбор товаров, удобные способы оплаты и доставки, а также часто предлагают акции и скидки, привлекая большое количество покупателей. Электронная коммерция также позволяет розничным компаниям достичь аудитории в отдаленных регионах, где физические магазины могут быть недоступны.
3. Регуляторная среда: регулирование розничной торговли в России оказывает влияние на ее особенности. Существуют законы и нормативные акты, регулирующие такие аспекты, как права потребителей, лицензирование, фискальные требования и другие аспекты деятельности розничных компаний.

Среди вызовов и возможностей выделяются:

1. Конкуренция: Российский розничный рынок характеризуется высокой конкуренцией. Конкуренция среди различных форматов магазинов, включая традиционные магазины и интернет-магазины, способствует повышению качества товаров и услуг, а также предлагает более выгодные условия для покупателей. Розничные компании должны разрабатывать эффективные стратегии маркетинга, чтобы выделиться на фоне конкурентов.
2. Цифровизация и инновации: быстрое развитие технологий и цифровизация оказывают значительное влияние на российский розничный рынок, успешны те компании, что интегрируют новые технологии, такие как искусственный интеллект, интернет вещей и

аналитика данных.

3. Демографические изменения: демографические изменения в России, такие как снижение рождаемости и старение населения, имеют влияние на розничный рынок. Розничные компании должны адаптироваться к изменениям в потребительском спросе, учитывая предпочтения и потребности разных возрастных групп, например, спрос на товары и услуги для пожилых людей может увеличиваться, и компании должны быть готовы предложить соответствующие решения.

В современных условиях бизнесу необходимо принимать во внимание эти особенности и адаптироваться к ним для успешного функционирования на рынке. Ниже приведены рекомендации для бизнеса и правительства по оптимизации розничной торговли в России.

1. Диверсификация каналов продаж: розничные компании должны рассмотреть возможность использования разных каналов продаж, включая традиционные магазины, интернет-магазины и социальные платформы.

2. Инвестиции в технологические инновации: розничные компании должны активно исследовать и применять новые технологии, такие как искусственный интеллект, автоматизация процессов и аналитика данных, чтобы повысить эффективность операций, улучшить качество обслуживания и предложить персонализированный опыт покупателя.

3. Удовлетворение потребительских ожиданий: розничные компании должны активно изучать предпочтения и потребности потребителей и стремиться предложить инновационные товары и услуги, удовлетворяющие эти ожидания.

В заключение, российский розничный рынок имеет свои особенности, и для успешного функционирования на нем компании должны принимать во внимание географическое разнообразие, изменяющееся потребительское поведение, электронную коммерцию и регуляторные факторы. Использование разнообразных каналов продаж, инвестиции в технологические инновации, удовлетворение потребительских ожиданий и поддержка малого и среднего бизнеса являются ключевыми рекомендациями для компаний.

Список литературы:

1. Кутузов Д.М., Инновации и их применение в сфере розничной торговли // Вестник науки. – 2023. - №4 (61) Т.2.
2. Соколова В.Ю., Особенности организаций сектора розничной торговли и их влияние на проведение анализа финансовой устойчивости // Вестник науки. 2023. - №5 (62) Т.2.
3. Сурай Н.М., Красильникова Е.А., Корнева Г.В., Жданова Г.В., Михалев А.П., Современное состояние и перспективы развития розничной торговли на примере города Москвы // Инновации и инвестиции. 2023. - №1. 2023.