



DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2026.1.11>

UDC 339.37:004.9
LBC 65.422.2

Submitted: 11.11.2025
Accepted: 29.12.2025

THE CONCEPT OF DEVELOPMENT OF THE RETAIL SERVICES MARKET IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL DISCOURSE

Evgeniy A. Tumakov

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky,
Donetsk, Russian Federation

Abstract. The introduction of strategic changes and technological innovations in the retail services market (RSM) under the influence of digitalization requires a conceptual scientific understanding of the theoretical and applied vectors of its development. The article proposes the architectonics of the conception of the development of RSM in the context of digitalization, including normative and legal, evolutionary and paradigmatic, theoretical and discursive, methodological, and organizational and practical concepts. The legislative platform for the development of RSM in the context of digitalization is substantiated, which regulates the activities of retail enterprises and the digital environment in the Russian Federation. The evolutionary and paradigmatic concept reveals the etymological-conceptual relationship of key categories that form the essential-substantive construct of the RSM in the context of digitalization, proposes a definition of the essence of the concept of “development of the retail services market in the context of digitalization,” and presents the author’s vision of the continuum of scientific theories, laws, and evolutionary models of the development of RSM in the digital economy. As a result of the substantiation of the theoretical and discursive concept, the main idea, goal, subject, and object of the study were determined, and the composition of the subjects and functions of the RSM under the influence of digital transformations were clarified. In order to form a methodological concept, the principles, criteria, and methods of digital development of RSM have been identified and generalized. Organizational and practical mechanisms and strategies for digital transformation of retail enterprises’ activities are proposed, which reveal the applied provisions of the concept of development of RSM in the context of digitalization.

Key words: retail services market, development, digitalization, architectonics, conception, concept, digital transformation.

Citation. Tumakov E.A. The Concept of Development of the Retail Services Market in the Context of Digitalization: Theoretical and Methodological Discourse. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* [Journal of Volgograd State University. Economics], 2026, vol. 28, no. 1, pp. 127-142. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2026.1.11>

УДК 339.37:004.9
ББК 65.422.2

Дата поступления статьи: 11.11.2025
Дата принятия статьи: 29.12.2025

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Евгений Александрович Тумаков

Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского,
г. Донецк, Российская Федерация

Аннотация. Внедрение стратегических изменений и технологических инноваций на рынке услуг розничной торговли (РУРТ) под воздействием цифровизации требует концептуального научного осмысления теоретико-прикладных векторов его развития. В статье предложена архитектура концепции развития РУРТ в условиях

цифровизации, включающая нормативно-правовой, эволюционно-парадигмальный, теоретико-дискурсивный, методологический и организационно-практический концепты. Обоснована законодательная платформа развития РУРТ в условиях цифровизации, регламентирующая деятельность розничных предприятий и цифровую среду в Российской Федерации. В эволюционно-парадигмальном концепте раскрыта этимологически-понятийная взаимосвязь ключевых категорий, формирующих сущностно-содержательный конструкт РУРТ в условиях цифровизации, предложено определение сущности понятия «развитие рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации», а также представлено авторское видение континуума научных теорий, законов и эволюционных моделей развития РУРТ в цифровой экономике. В результате обоснования теоретико-дискурсивного концепта определены главная идея, цель, предмет и объект исследования, уточнены состав субъектов и функции РУРТ под воздействием цифровых преобразований. С целью формирования методологического концепта идентифицированы и обобщены принципы, критерии и методы цифрового развития РУРТ. Предложены организационно-практические механизмы и стратегии цифровой трансформации деятельности розничных предприятий, раскрывающие прикладные положения концепции развития РУРТ в условиях цифровизации.

Ключевые слова: рынок услуг розничной торговли, развитие, цифровизация, архитектоника, концепция, концепт, цифровая трансформация.

Цитирование. Тумаков Е. А. Концепция развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации: теоретико-методологический дискурс // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2026. – Т. 28, № 1. – С. 127–142. – DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2026.1.11>

Введение

Современный рынок услуг розничной торговли переживает стремительные стратегические изменения под воздействием цифровых технологий, которые трансформируют традиционные формы взаимодействия между продавцом и покупателем, структуру торговых операций, ключевые принципы организации сбыта товаров и услуг. Цифровизация не только расширяет спектр сервисных решений, но и требует от розничных предприятий гибкости, адаптивности и способности интегрировать инновационные подходы в повседневную предпринимательскую практику. Именно в таких условиях возрастает значимость теоретико-методологического осмысления и практического внедрения концепции развития рынка услуг розничной торговли в цифровой среде, способной обеспечить стабильное удовлетворение потребностей покупателей, устойчивую конкурентоспособность предприятий и экономическую эффективность рыночной системы в целом.

В отечественной и зарубежной научной литературе вопросам цифровой трансформации розничной торговли посвящен широкий круг исследований, среди которых можно выделить труды Н.Б. Завьяловой и др. [Бизнес-модели ... , 2022], Е.Р. Бостоганашвили [Бостоганашвили, 2018], А.О. Зверевой, Е.Ю. Депутатовой [Зверева и др., 2019], Л.С. Климчени [Климчя, 2024], А.А. Пасковой [Паскова, 2020], Д.К. Попенковой, И.Б. Стукало-

вой [Попенкова и др., 2022], Н.Л. Удальцовой [Удальцова, 2023], О.В. Чкаловой, Т.Д. Мурановой [Чкалова и др., 2024], Ж.П. Шнорра [Шнорр, 2020] и др.

Исследования указанных авторов затрагивают как теоретико-методологические основы цифровизации рынка услуг розничной торговли, так и прикладные аспекты внедрения цифровых сервисов, развития электронной коммерции, формирования клиентского опыта в цифровой среде. Однако при всей значимости существующей научной базы в современной научной повестке сохраняется дефицит системных разработок, направленных на формирование целостной концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации. В частности, отсутствует единое понимание эволюционно-теоретического базиса, понятийно-категориального аппарата и методологии формирования и развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровых преобразований в силу их фрагментарности, узконаправленности и недостаточной интеграции с нормативно-правовым контентом. Кроме того, практические механизмы, включающие диагностические, стратегические и проектные решения относительно цифровизации рынка услуг розничной торговли, находятся на стадии их первоначальной разработки, что усложняет оценку результативности внедрения цифровых технологий в деятельность розничных предприятий и количественного определения эффектов для разных участников процесса

предоставления услуг розничной торговли. Такие тенденции обуславливают отсутствие должной формализации и комплексного обоснования структуры концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации как в научном, так и в прикладном аспекте. Ввиду существующих недостатков, возникает необходимость перехода от локальных и отраслевых решений к разработке целостной парадигмы, объединяющей систему научных взглядов, философию, теорию, методологию и практические механизмы цифровой трансформации рынка услуг розничной торговли, которая способна существенно расширить накопленный потенциал знаний для повышения его теоретико-методологического уровня и практической ценности.

Целью статьи является разработка концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации с детальным обоснованием теоретическо-методологических положений данного процесса.

Объект и методы исследования

Объектом исследования стали процессы формирования и развития рынка услуг розничной торговли под воздействием цифровизации. Теоретико-методологической платформой исследования выступили научно-прикладные работы отечественных и зарубежных ученых, теории, принципы и модели научного познания в области концептуального развития розничной торговли в цифровой среде. В статье использованы: структурно-логический метод, методы комплексного и системного анализа при разработке архитектуры концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации; методы семантического и логико-когнитивного анализа при установлении этимологически-понятийной взаимосвязи ключевых категорий, формирующих сущностно-содержательный конструкт рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации; методы анализа, синтеза и логического обобщения при формировании континуума научных теорий, законов и эволюционных моделей развития рынка услуг розничной торговли в цифровой экономике, а также уточнении состава субъектов, функций, принципов, критериев

цифрового развития рынка услуг розничной торговли.

Результаты и обсуждение

Принимая во внимание теоретический конструкт понятия «концепция» (от латинского слова «conceptio» – «понимание, замысел, способ представления, трактовки каких-либо предметов, явлений, процессов» [Райзберг и др., 2024]), автор предлагает рассматривать концепцию развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации как системно организованный подход к целостному представлению нормативно-правового, эволюционно-парадигмального, теоретико-дискурсивного, методологического и организационно-практического концептов, формирующих платформу для трансформации традиционного рынка услуг розничной торговли в интеллектуально насыщенное, технологически устойчивое пространство цифровых и сервисных взаимодействий (см. рис. 1).

Законодательным базисом предложенной концепции выступает нормативно-правовой концепт, регламентирующий деятельность розничных предприятий и цифровую среду в Российской Федерации посредством совокупности нормативно-правовых актов. В частности, они раскрывают правовые основы формирования терминологического аппарата рынка услуг розничной торговли и цифровой экономики; основополагающие принципы, законодательно закрепленные приоритетные цели и векторы развития данного рынка в условиях цифровых преобразований отрасли; требования, положения и механизмы государственного регулирования розничной торговли и цифровой среды [Гравшина и др., 2023; Единый план ...; Ефимова, 2021; Национальные проекты ..., 2024; Указ Президента РФ № 309, 2024; Федеральный закон от № 381-ФЗ, 2009].

Философские, исторические и аксиоматические аспекты развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации раскрываются в эволюционно-парадигмальном концепте предложенной концепции, прежде всего, посредством логической взаимосвязи следующих ключевых категорий: «развитие», «цифровизация», «рынок», «торговля», «розничная торговля», «услуги», «обслуживание», «сервис».

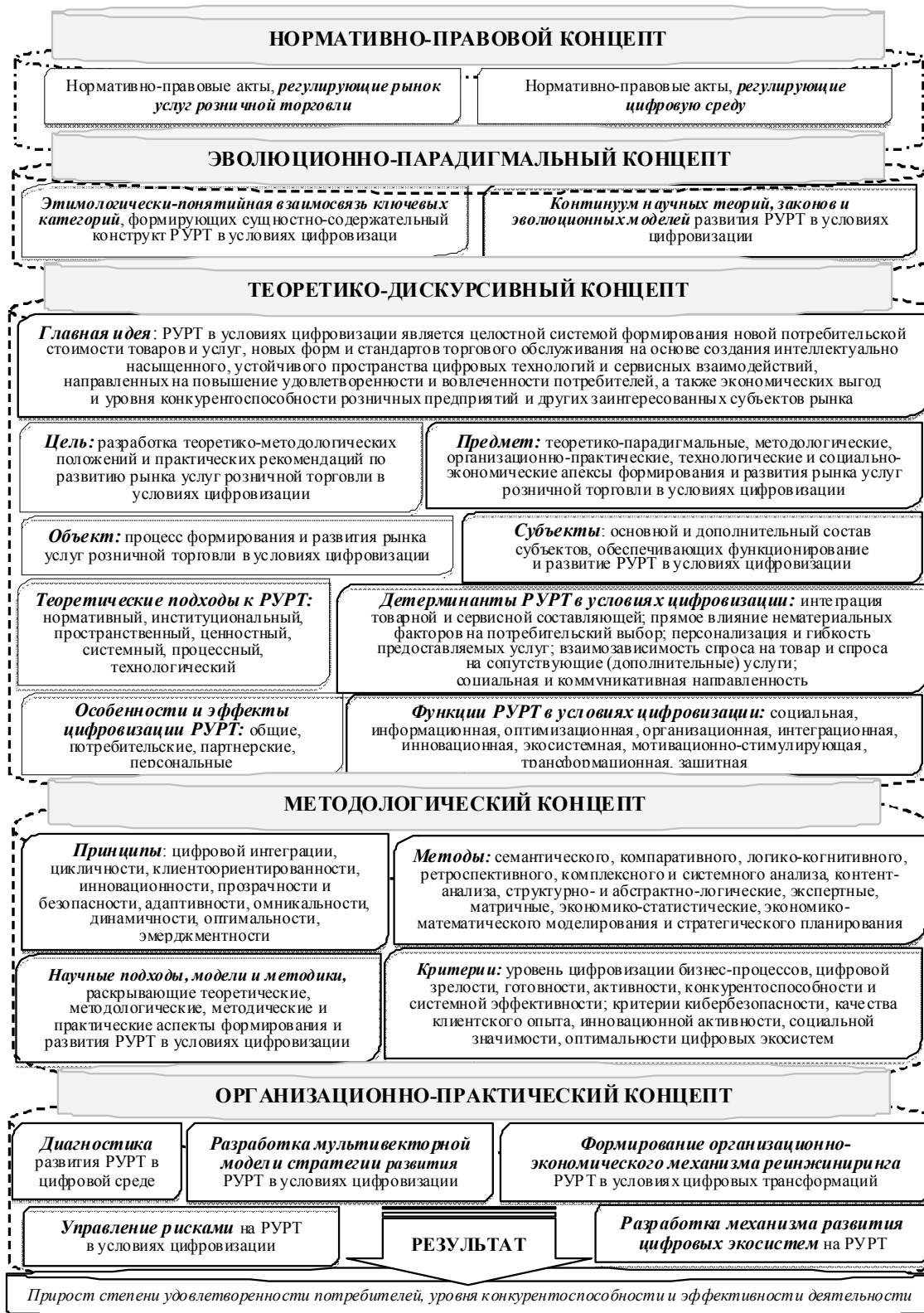


Рис. 1. Архитектоника концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации

Fig. 1. Architectonics of the concept of development of the retail services market in the context of digitalization

Примечание. Составлено автором.

Категории «развитие» и «цифровизация» трактуются как процессы изменений, совершенствования и трансформаций [Блинова и др., 2022; Ващенко и др., 2023; Воронцовский, 2020; Катрин, 2022; Маньков и др., 2024; Управление ... , 2024; Шнорр, 2020]. Однако развитие выступает в качестве общего системообразующего начала, которое определяет направленность изменений на рынке услуг розничной торговли. В то время как цифровизация способствует изменению традиционных функций и механизмов розничной торговли на основе внедрения цифровых технологий, выступая непосредственным драйвером ее развития.

Социально-экономические отношения между продавцами и покупателями, лежащие в основе трактовки категории «рынок» [Райзберг и др., 2024; Рынок услуг ... , 2024], в условиях цифровизации трансформируются посредством изменения структуры и моделей взаимодействия субъектов рынка, усиливая при этом роль цифровых технологий, платформ и сервисов.

Категории «торговля» и «розничная торговля» в условиях цифровизации претерпевают значительные изменения, связанные с преобразованиями в логистике, каналах продаж и способах взаимодействия с потребителем на основе интеграции цифровых технологий и платформенных решений, что ведет к созданию новых форматов обслуживания, дополнительных услуг и сервисов [Бостоганашвили, 2018; Зверева и др., 2019; Климченя, 2024; Паскова, 2020; Попенкова и др., 2022; Удальцова, 2023]. Следовательно, в условиях активного внедрения цифровых технологий сервисная составляющая процесса развития рынка услуг розничной торговли, которая раскрывается через сущностное содержание категорий «услуги», «обслуживание», «сервис» (имеющих тождественную этимологическую основу), приобретает первостепенное значение и становится одним из ключевых элементов конкурентоспособности розничного предприятия [Гутникова, 2022; Деружинский и др., 2012; Мингазинова и др., 2016; Рынок услуг ... , 2024].

Этимологически-понятийная взаимосвязь указанных категорий позволила предложить авторскую трактовку дефиниции «развитие рынка услуг розничной торговли в ус-

ловиях цифровизации» как процесса модернизации и/или трансформации системы социально-экономических отношений, приводящих к комплексным количественно-качественным изменениям функций, структуры и механизмов предоставления услуг розничной торговли, бизнес-моделей и бизнес-процессов розничных предприятий, ориентированных на повышение степени удовлетворенности потребностей потребителей и всех заинтересованных сторон на основе использования цифровых инструментов, технологий, сервисных и платформенных решений.

В процессе научного осмысления природы, сущности и направлений развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации важным является исследование широкого комплекса научных теорий, законов и эволюционных моделей (см. рис. 2).

Методологическая значимость группы научных теорий заключается в объяснении перехода от индустриальных к постиндустриальным и цифровым форматам хозяйствования, где услуга розничной торговли становится не только экономическим товаром, но и носителем ценности, формируемой через технологические и коммуникационные механизмы. В контексте цифровизации указанные теории приобретают междисциплинарный характер – объединяя экономические, управленческие, технологические и социальные аспекты функционирования розничных предприятий [Бизнес-модели ... , 2022; Блинова и др., 2022; Воронцовский, 2020; Зверева и др. 2019; Индустриев, 2023; Интернациональное и национальное ... , 2021; Климченя, 2024; Купчишина, 2018; Лapidус, 2023; Макурин, 2015; Маньков и др., 2024; Попенкова и др., 2022; Трофимова, 2012; Удальцова, 2023; Ценжарик и др., 2020; Чкалова и др., 2024; Шваб, 2018]. При этом цифровизацию целесообразно рассматривать не как безальтернативную форму развития рынка услуг розничной торговли, а как адаптивную траекторию, которая сосуществует с традиционными моделями торгового обслуживания и сервисных взаимодействий, что сохраняет онтологическую целостность категории «услуга».

В структуре предложенного континуума особое место занимают законы, обеспечивающие методологическое основание для

анализа противоречий между традиционными и цифровыми формами торговли, процессами централизации (платформизация, экосистемность) и децентрализации (развитие локальных и нишевых сервисов). Количественные изменения, с которых начинается цифровизация розничной торговли (увеличение числа онлайн-заказов, расширение ассортимента цифровых услуг, рост числа пользователей мобильных приложений и цифровых платежных систем) на определенном этапе постепенно трансформируются в качественно новые формы организации торгового взаимодействия, стимулирующего создание гибридных моделей торговли, вобравшие в себя преиму-

щества как классического сервиса, так и цифровых технологий, но с принципиально иными механизмами функционирования, где потребитель получает комплементарное сервисное обслуживание в единой среде [Ващенко и др., 2023; Индустриев, 2023; Интернациональное и национальное ... , 2021; Тумаков, 2023, с. 193–194; Управление ... , 2024].

Эволюционные модели развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации раскрывают механизмы последовательной трансформации организационных, технологических и институциональных форм торговой деятельности. Они отражают смену парадигм – от традиционной торговли к сетевой,



Рис. 2. Континуум научных теорий, законов и эволюционных моделей развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации

Fig. 2. Continuum of scientific theories, laws, and evolutionary models of the development of the retail services market in the context of digitalization

Примечание. Составлено по: [Бизнес-модели ... , 2022; Блинова и др., 2022; Ващенко и др., 2023; Воронцовский, 2020; Зверева и др. 2019; Индустриев, 2023; Интернациональное и национальное ... , 2021; Климченя, 2024; Купчишина, 2018; Лапидус, 2023; Макурин, 2015; Маньков и др., 2024; Попенкова и др., 2022; Трофимова, 2012; Тумаков, 2023; Удальцова, 2023; Ценжарик и др., 2020; Чкалова и др., 2024; Управление ... , 2024; Шваб, 2018].

затем к омниканальной и платформенной, в рамках которых формируется синергия физического и цифрового пространств. В эволюционном континууме прослеживается закономерность перехода от локальных взаимодействий к интеграционным экосистемам, где данные и цифровые технологии выступают системообразующими ресурсами [Бизнес-модели ... , 2022; Воронцовский, 2020; Индустриев, 2023; Лапидус, 2023; Маньков и др., 2024; Ценжарик и др., 2020; Шваб, 2018]. Вместе с тем необходимо отметить, что эволюция должна интерпретироваться не как вытеснение прежних форм, а как их коэволюция – устойчивое сосуществование офлайн- и онлайн-моделей, каждая из которых сохраняет социально-экономическую значимость и выполняет уникальные функции.

Теоретико-дискурсивный концепт предложенной концепции формирует конститутивное понимание сущности и особенностей развития рынка услуг розничной торговли в цифровой среде посредством определения главной идеи, цели, объекта, предмета, субъектов и функций данного процесса.

Главная идея и цель концептуализации развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации направлены на формирование высокоэффективной, клиентоориентированной, технологически интегрированной торгово-сервисной системы, способной удовлетворять растущие и усложняющиеся потребности потребителей на основе использования современных цифровых технологий, обеспечивая при этом устойчивое экономическое развитие, конкурентоспособность и социальную значимость розничных предприятий и других заинтересованных субъектов рынка.

Объект концепции направлен на рассмотрение и усовершенствование процессов формирования и развития рынка услуг розничной торговли в цифровой среде – процессов создания, продвижения, предоставления и потребления материальных товаров и нематериальных торговых услуг, сопровождаемых цифровыми сервисными решениями.

Предмет концептуального обоснования развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации включает в себя закономерности изменения форм, бизнес-процессов и бизнес-моделей розничной торговли, форма-

тов торгового обслуживания, перечня основных и дополнительных торговых услуг, инструменты цифровой трансформации, модели взаимодействия участников рынка, принципы формирования цифровых экосистем и др.

Важное значение для теоретической концептуализации развития рынка услуг розничной торговли имеет определение состава субъектов (участников, заинтересованных сторон) социально-экономических отношений, который существенно расширяется под воздействием активного внедрения цифровых технологий и цифровых преобразований отрасли (см. табл. 1).

В условиях цифровизации рынок услуг розничной торговли функционирует как сложная сетевая система, включающая не только классических участников (товаропроизводителей, торговые предприятия, потребителей), но и широкий круг цифровых субъектов, обладающих критически важным значением для обеспечения технологического сопровождения, инновационной трансформации и стратегической устойчивости рынка.

Изучение теоретических подходов к пониманию рынка услуг розничной торговли позволило выявить разнообразие научных трактовок, фиксирующих его нормативные, институциональные, пространственные, ценностные, системные, процессные и технологические аспекты [Гутникова, 2022; Карх, 2010; Мингазина и др., 2016; Рынок услуг ... , 2024]. В цифровой экономике синтез данных аспектов определяет системный характер в понимании сущности, детерминант и особенностей рынка услуг розничной торговли, поскольку цифровые технологии формируют новые векторы его развития, создают инновационные формы взаимодействия и модели ведения бизнеса, существенно преобразуют традиционные функции рынка. В таблице 2 представлена авторская позиция относительно цифровых преобразований и субъект-объектной направленности функций рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации.

Выявленные цифровые особенности функций рынка услуг розничной торговли свидетельствует о том, что они приобретают стратегическую значимость, обеспечивая адаптивность к технологическим и поведенческим изменениям в цифровой среде.

Однако целесообразно уточнить, что любые преобразования, в том числе и связанные с процессами цифровизации на рынке услуг розничной торговли, сопряжены с появлением сложной совокупности рисков, которые требуют разработки набора регуляторных и институциональных мер (политики цифровой инклюзии, антимонопольное регулирование платформ, правила прозрачности алгоритмов

и защиты персональных данных, стандарты кибербезопасности и требования к устойчивости, программы социальной политики и цифрового переобучения, инструменты стимулирования малых операторов и конкуренции и др.). Такие мероприятия целесообразно учитывать в практической реализации концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации.

Таблица 1. Характеристика и функциональная специфика субъектов рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации

Table 1. Characteristics and functional specifics of the subjects of the retail services market in the context of digitalization

Субъекты	Характеристика	Функциональная специфика
Основной состав субъектов, обеспечивающих функционирование и развитие рынка услуг розничной торговли		
Государство, госструктуры	Органы публичной власти, регулирующие торговую деятельность и цифровую среду, обеспечивающие правовую защиту и взаимодействие участников рынка	Создание нормативной базы, поддержка цифровой инфраструктуры, защита прав потребителей
Розничные предприятия	Коммерческие организации, непосредственно реализующие товары конечным потребителям, интегрирующие цифровые технологии в процессы продаж и обслуживания	Организация эффективного сбыта, формирование клиентского опыта, развитие цифровых сервисов и омниканальных коммуникаций
Конечные потребители	Физические лица, приобретающие товары и услуги для личного потребления, активно влияющие на динамику и структуру спроса в цифровой среде	Формирование спроса, обратная связь, стимулирование цифровой трансформации сервисов
Производители товаров	Компании, осуществляющие выпуск товарной продукции, адаптирующие ассортимент под требования цифровой торговли	Обеспечение розничной торговли товарными ресурсами, участие в формировании цифровых витрин и маркетплейсов
Оптовые (оптоворозничные) предприятия (поставщики товаров и услуг)	Субъекты, осуществляющие закупку товаров крупными партиями и снабжение розничных предприятий товарами и услугами, частично предоставляющие цифровые сервисы	Оптимизация логистики, сокращение издержек, обеспечение товарных потоков для розничной торговли
Посредники	Организации, обеспечивающие взаимодействие между производителями и розничными продавцами в цифровой среде	Сокращение информационных и логистических издержек, оптимизация цепочек поставок, финансирование и кредитование бизнеса
Дополнительный состав субъектов, обеспечивающих развитие рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации		
Разработчики и поставщики (дистрибуторы, интеграторы) цифровых технологий	Компании, предоставляющие ИТ-решения для автоматизации, аналитики, CRM, логистики и маркетинга	Технологическое сопровождение цифровизации рынка, повышение эффективности бизнес-процессов
Производители цифровых услуг	Организации, разрабатывающие решения в области цифрового сопровождения торговли: логистика, платежи, маркетинг, продажи, торговое обслуживание	Расширение спектра цифровых сервисов для покупателей и продавцов, повышение удобства сделок
Цифровые торговые платформы и агрегаторы	Интернет-платформы, объединяющие продавцов и покупателей, создающие экосистему цифровых торговых услуг	Организация электронного взаимодействия, обеспечение прозрачности торговых операций, развитие новых каналов сбыта
Экосистемные партнеры	Компании и организации, предоставляющие дополнительные сервисы в рамках единой цифровой экосистемы	Укрепление связей между участниками рынка, расширение клиентского опыта через комплексное обслуживание

Примечание. Составлено по: [Гутникова, 2022; Зверева и др., 2019; Карх, 2010; Мингазинова и др., 2016; Паскова, 2020; Попенкова и др., 2022; Рынок услуг ... , 2024; Чкалова и др., 2024; Шнорр, 2020].

Обоснование методологического концепта предложенной концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации предполагает рассмотрение принципов, методов, критериев, научных подходов, моделей и методик, с помощью которых теорети-

ческие положения исследуемой проблематики могут быть реализованы в практической деятельности.

Эффективное развитие рынка услуг розничной торговли, основанное на внедрении цифровых новшеств, обеспечивается посредством

Таблица 2. Цифровые особенности и субъект-объектная направленность функций рынка услуг розничной торговли

Table 2. Digital features and subject-object orientation of the functions of the retail services market

Функции	Цифровые особенности	Субъект-объектная направленность	Ключевые риски
Социальная	Обеспечивает доступ всех социальных групп населения к товарам и услугам, способствуя социальной интеграции через цифровые каналы	<i>Субъекты:</i> государство, розничные предприятия. <i>Объекты:</i> конечные потребители	Цифровой разрыв, неравный доступ к цифровым услугам
Информационная	Обеспечивает предоставление актуальной, персонализированной информации о товарах и услугах через цифровые технологии, позволяет предлагать индивидуальные рекомендации и рекламные акции	<i>Субъекты:</i> торговые платформы, розничные предприятия. <i>Объекты:</i> конечные потребители	Манипуляция предпочтениями, утечки данных, деградации качества сервиса и стандартизации
Оптимизационная	Снижает транзакционные издержки, упрощает процессы купли-продажи, повышает эффективность торговых операций посредством автоматизации и цифровизации	<i>Субъекты:</i> поставщики цифровых технологий, розничные предприятия. <i>Объекты:</i> логистические и торговые процессы	Системные сбои, потеря рабочих мест
Организационная	Формирует упорядоченную систему взаимодействий между участниками рынка с помощью цифровых решений	<i>Субъекты:</i> государство, цифровые платформы. <i>Объекты:</i> предприятия, потребители, поставщики	Централизация контроля, зависимость от платформ
Интеграционная	Обеспечивает объединение онлайн- и офлайн-каналов торговли в единую систему омниканального взаимодействия	<i>Субъекты:</i> розничные сети, агрегаторы. <i>Объекты:</i> потребители, каналы коммуникаций	Консолидация каналов в руках нескольких игроков
Инновационная	Способствует внедрению новых технологий, сервисов, форматов торгового обслуживания и бизнес-моделей розничной торговли	<i>Субъекты:</i> поставщики технологий, розничные предприятия. <i>Объекты:</i> процессы торговли и обслуживания	Искажение рынка (ресурсное преимущество), безопасность
Экосистемная	Создает комплексные цифровые торговые-сервисные системы с участием различных партнеров	<i>Субъекты:</i> экосистемные партнеры, торговые платформы. <i>Объекты:</i> пользователи цифровых экосистем	Монополизация, блокировка конкурентов
Мотивационно-стимулирующая	Формирует потребительский спрос, стимулирует потребительскую активность через цифровые стимулы и механизмы мотивации	<i>Субъекты:</i> маркетинговые агентства, розничные предприятия. <i>Объекты:</i> конечные потребители	Эксплуатация данных, манипуляции
Трансформационная	Обеспечивает перестройку классических моделей розничной торговли, бизнес-процессов в сторону цифровизации	<i>Субъекты:</i> розничные сети, поставщики цифровых решений. <i>Объекты:</i> организационные структуры и бизнес-процессы	Социальные последствия для персонала
Защитная	Гарантирует и обеспечивает кибербезопасность цифровых транзакций, защиту данных потребителей, прав участников рынка, устойчивость инфраструктуры	<i>Субъекты:</i> государство, поставщики ИТ-решений. <i>Объекты:</i> данные пользователей, цифровые сервисы	Киберугрозы, утечки данных, регуляторный разрыв и правовая неготовность

Примечание. Составлено по: [Зверева и др., 2019; Паскова, 2020; Попенкова и др., 2022; Рынок услуг... , 2024].

реализации совокупности принципов, адекватных специфике деятельности розничных предприятий, потребительского поведения и предпочтений, а также особенностям цифровизации рынка и социально-экономических отношений (рис. 3).

Исследование теоретико-методологических, методических и практико-ориентированных аспектов развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации предполагает разработку научных подходов, методик, моделей и критериев, которые позволяют: формировать новые концептуальные взгляды, отражающие специфику цифровой логики товарно-сервисного обмена; проектировать модели управления и развития, адаптированных к условиям высокой неопределенности и сетевой конкуренции; совершенствовать методики оценки цифрового развития, результативности цифровых сервисов и их влияния на потребительскую ценность [Бизнес-модели ... , 2022; Бостоганашвили, 2018; Зверева и др., 2019; Карх, 2010; Паскова, 2020; Попенкова и др., 2022; Ценжарик и др., 2020; Шнорр, 2020].

Структурно-логическое обоснование компонентной базы теоретико-дискурсивного и методологического концептов развития рынка услуг розничной торговли является осно-

вой формирования организационно-практического концепта, направленного на прикладную реализацию положений разработанной концепции. Результаты диагностики развития рынка услуг розничной торговли в цифровой среде, основанная на оценке предложенных критериев, позволяют выявлять слабые звенья и целевые зоны развития рынка (мультивекторные стратегии развития в условиях цифровизации; организационно-экономический механизм цифрового реинжиниринга розничной торговли; систему управления цифровыми угрозами (рисками); механизмы развития цифровых экосистем розничных предприятий).

Выводы

Научно обосновано, что предложенная в статье концепция развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации представляет собой системную модель его цифровой трансформации, интегрируя теоретические подходы, методологические ориентиры и практические механизмы управления, которые служат основанием для формирования комплексной стратегии цифровизации розничной торговли; адаптации инфраструктуры, бизнес-процессов и форматов услуг розничной торговли к условиям цифровой экономики; повышения

Цифровая интеграция	▪ обязательная интеграция цифровых технологий и решений во все бизнес-процессы торговли
Цикличность	▪ учет циклического характера развития торговых форматов и сервисов в цифровой среде
Клиенто-ориентированность	▪ фокус на приоритете интересов и ожиданий потребителя
Инновационность	▪ ориентация на постоянное внедрение цифровых новшеств
Прозрачность и безопасность	▪ фокус на открытость операций и защита персональных данных
Адаптивность	▪ гибкость стратегий и бизнес-процессов в цифровой среде
Омникальность	▪ интеграция всех каналов взаимодействия в единое пространство клиентского опыта
Динамичность	▪ учет высокой скорости изменений в цифровой экономике
Оптимальность	▪ обеспечение баланса между затратами и выгодами от цифровизации
Эмерджентность	▪ признание синергетического эффекта от цифрового взаимодействия интересов и ожиданий потребителя

Рис. 3. Принципы развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации

Fig. 3. Principles of the development of the retail services market in the context of digitalization

Примечание. Составлено по: [Гутникова, 2022; Зверева и др., 2019; Карх, 2010; Мингазинова и др., 2016; Паскова, 2020; Попенкова и др., 2022; Рынок услуг ... , 2024; Шнорр, 2020].

клиентской ценности, цифровой зрелости и конкурентоспособности розничных предприятий.

Сформирован сущностно-содержательный конструкт рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации на основе установления логической взаимосвязи ключевых категорий, которая позволила раскрыть генезис и морфологию дефиниции «развитие рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации», а также предложить авторское определение ее сущности.

В результате комплексного исследования устоявшихся теоретических концепций, идей, принципов, периодизации и особенностей процессов развития розничной торговли и цифровой экономики, разработан континуум научных теорий, законов и эволюционных моделей данных процессов, который раскрывает разные уровни влияния процессов цифровизации на развитие рынка услуг розничной торговли. Обосновано, что цифровизация не является единственно возможным, а одним из конкурентных (иногда доминирующих) векторов трансформации рынка, который учитывает не только ускорение технологического прогресса, но и сохранение базовых традиционных ценностей услуг розничной торговли, торгового обслуживания и сервиса, а также социальной ориентации и потребительской доступности.

Аргументированы эволюционные особенности развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации: устойчивость онтологии услуг в цифровой среде, гибридизация и коэволюция форматов торговли, мультиплексность услуг розничной торговли. Цифровые преобразования не отменяют ключевых признаков услуг как экономической категории, а модифицирует их эмпирические проявления (формы, каналы, инструменты). Историческая динамика указывает на коэволюцию: традиционные торговые форматы адаптируются через омниканальность, интеграцию цифровых инструментов в офлайн-процессы и создание

гибридных ценностных предложений. Гибридизация позволяет сохранить уникальные свойства очного сервиса, одновременно усилив их цифровыми инструментами. В теоретическом ключе следует принять принцип мультиплексности: рынок услуг розничной торговли будет в обозримой перспективе состоять из множества режимов обслуживания – чисто офлайн, гибридных, цифровых и платформенных.

Определены теоретические положения концепции развития рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации (главная идея, цель, предмет, объект, детерминанты, особенности и эффекты), на основе которых уточнены состав его субъектов и функций в цифровой среде.

В результате обоснования методологической платформы предложенной концепции обобщены принципы, критерии и методы цифрового развития рынка услуг розничной торговли, которые выступили базисом формирования целевых траекторий и стратегических механизмов его дальнейшей цифровой трансформации.

Результаты внедрения концепции в теоретическую практику выражаются в обогащении понятийного аппарата и научного инструментария в области цифровизации розничной торговли, расширении научных представлений о сущности, принципах и функциях развития рынка услуг розничной торговли в цифровой экономике. В прикладном аспекте концепция позволяет обосновывать стратегические направления и организационно-экономические механизмы цифрового развития и трансформации; выстраивать омниканальные модели взаимодействия с потребителями; проектировать эффективные цифровые экосистемы; разрабатывать механизмы оценки цифровой готовности и зрелости розничных предприятий; обеспечивать устойчивое, инклюзивное и инновационно-ориентированное развитие рынка услуг розничной торговли в цифровой среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бизнес-модели цифровых экосистем сферы товарного обращения / Н. Б. Завьялова [и др.] // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12, № 4. – С. 2369–2382. – DOI: 10.18334/vinec.12.4.116802
- Блинова, У. Ю. Цифровая экономика: терминологический дискурс / У. Ю. Блинова, Н. К. Рожкова, Д. Ю. Рожкова // Вестник университета. – 2022. – № 1. – С. 82–88. – DOI: 10.26425/1816-4277-2022-1-82-88

- Бостоганашвили, Е. Р. Влияние цифровой трансформации на менеджмент розничных сетей / Е. Р. Бостоганашвили // Современные проблемы менеджмента, маркетинга и предпринимательства : монография. – М. : МГИМО-Университет, 2018. – С. 561–571.
- Ващенко, Н. В. Теоретико-методические аспекты развития предпринимательских структур в условиях кризиса : монография / Н. В. Ващенко, Ю. А. Кравченко. – Уфа : Аэтерна, 2023. – 231 с.
- Воронцовский, А. В. Цифровизация экономики и ее влияние на экономическое развитие и общественное благосостояние / А. В. Воронцовский // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2020. – Т. 36, № 2. – С. 189–216. – DOI: 10.21638/spbu05.2020.202
- Гравшина, И. Н. К вопросу нормативно-правового регулирования цифровой экономики / И. Н. Гравшина, Н. И. Денисова // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 2, Юридические науки. – 2023. – № 1-1 (36). – С. 12–16. – DOI: 10.21777/2587-9472-2023-1-12-16
- Гутникова, О. Н. Сущность торговых услуг и принципы организации торгового обслуживания / О. Н. Гутникова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – 2022. – Т. 8 (74), № 2. – С. 21–28.
- Деружинский, Г. В. Теоретико-методологические аспекты понятий «услуга», «обслуживание», «сервис» как экономических категорий / Г. В. Деружинский, М. Д. Раецкий // Terra Economicus. – 2012. – Т. 10, № 1/2. – С. 30–36.
- Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 г. и на плановый период до 2030 г. – URL: https://economy.gov.ru/material/dokumenty/edinyy_plan_po_dostizheniyu_nacionalnyh_aley_razvitiya_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2024_goda_i_na_planovyy_period_do_2030_goda.html.
- Ефимова, Л. Г. Альтернативный взгляд на правовое регулирование гражданско-правовых отношений в условиях цифровой экономики / Л. Г. Ефимова // Актуальные проблемы российского права. – 2021. – Т. 16, № 8 (129). – С. 52–62. – DOI: 10.17803/1994-1471.2021.129.8.052-062
- Зверева, А. О. Трансформация торговых услуг в цифровой экономике / А. О. Зверева, Е. Ю. Депутатова // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2019. – № 4 (106). – С. 156–163. – DOI: 10.21686/2413-2829-2019-4-156-163
- Индустриев, М. А. Теория экономического развития: эволюция подходов и современная парадигма / М. А. Индустриев // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2023. – Т. 23, № 2. – С. 126–133. – DOI: 10.18500/1994-2540-2023-23-2-126-133
- Интернациональное и национальное в экономическом развитии в XXI в. (в свете экономической теории) : коллектив. моногр. / под ред. А. А. Пороховского, А. В. Сорокина. – М. : Экон. фак-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 2021. – 374 с.
- Карх, Д. А. Социальная и экономическая эффективность услуг розничной торговли : монография / Д. А. Карх. – Екатеринбург : АМБ, 2010. – 304 с.
- Катрин, Е. В. «Цифровизация»: научные подходы к определению термина / Е. В. Катрин // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2022. – Т. 28, № 5. – С. 49–54. – DOI: 10.21209/2227-9245-2022-28-5-49-54
- Климченя, Л. С. Развитие концепций трансформации розничной торговли под влиянием промышленных революций / Л. С. Климченя // Вестник университета. – 2024. – № 6. – С. 121–129. – DOI: 10.26425/1816-4277-2024-6-121-129
- Купчишина, Е. В. Эволюция концепций цифровой экономики как феномена неэкономии / Е. В. Купчишина // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – № 68. – С. 426–444.
- Лapidус, Л. В. Вызовы цифровой экономики как триггеры цифровой трансформации: эволюционная шкала и причинно-следственные связи / Л. В. Лapidус // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2023. – № 3. – С. 11–27. – DOI: 10.25198/2077-7175-2023-3-11
- Макурин, И. В. Теории эволюции форматов розничной торговли / И. В. Макурин // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – 2015. – Т. 2, № 2 (22). – С. 99–104.
- Маньков, И. А. Цифровая эволюция современного предприятия: анализ процессов автоматизации, цифровизации и цифровой трансформации / И. А. Маньков, Е. С. Гаврилюк // Прогрессивная экономика. – 2024. – № 3. – С. 89–99. – DOI: 10.54861/27131211_2024_3_89

- Мингазинова, Е. Р. Теоретические подходы к определению сущности услуг предприятий розничной торговли и их классификация / Е. Р. Мингазинова, А. А. Игнатъева // Бюллетень науки и практики. – 2016. – № 10 (11). – С. 237–250. – DOI: 10.5281/zenodo.161102
- Национальные проекты России: особенности, эффективность реализации : монография / В.А. Ильин [и др.]. – Вологда : ВолНЦ РАН, 2024. – 453 с.
- Паскова, А. А. Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии / А. А. Паскова // Новые технологии. – 2020. – Т. 16, № 6. – С. 123–131. – DOI: 10.47370/2072-0920-2020-16-6-123-131
- Попенкова, Д. К. Трансформация розничной торговли в условиях цифровизации / Д. К. Попенкова, И. Б. Стукалова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 2-1. – С. 89–99. – DOI: 10.17513/vaael.2063
- Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2024. – 512 с. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136248>
- Рынок услуг розничной торговли непродовольственными товарами: сущность, взаимодействие его участников / Н. В. Насон [и др.] // Экономика и управление инновациями. – 2024. – № 2 (29). – С. 56–65. – DOI: 10.26730/2587-5574-2024-2-56-65
- Трофимова, Л. Н. Сравнительная оценка теорий изменений организации и управления розничной торговли / Л. Н. Трофимова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 12 (110). – С. 148–152.
- Тумаков, Е. А. Эволюционно-циклический подход к диалектике рынка услуг розничной торговли в условиях цифровизации / Е. А. Тумаков // Региональная и отраслевая экономика. – 2023. – № S2. – С. 190–197.
- Удальцова, Н. Л. Цифровая трансформация и новые формы бизнеса в розничной торговле / Н. Л. Удальцова // Экономические науки. – 2023. – № 219. – С. 151–158. – DOI: 10.14451/1.219.151
- Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г. и на перспективу до 2036 г.». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202405070015>
- Управление инновационным развитием предприятий в условиях экономических трансформаций : монография / под общ. ред. Л. И. Донец, Е. С. Кравченко. – Уфа : Аэтерна, 2024. – 198 с.
- Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». – URL: <http://government.ru/docs/all/99391/>
- Ценжарик, М. К. Цифровая трансформация компаний: стратегический анализ, факторы влияния и модели / М. К. Ценжарик, Ю. В. Крылова, В. И. Стешенко // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2020. – Т. 36, № 3. – С. 390–420. – DOI: 10.21638/spbu05.2020.303
- Чкалова, О. В. Развитие розничной торговли в контексте инновационно-инвестиционных преобразований / О. В. Чкалова, Т. Д. Муранова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2024. – № 1 (73). – С. 41–48. – DOI: 10.52452/18115942_2024_1_41
- Шваб, К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб. – М. : Эксмо, 2018. – 224 с.
- Шнорр, Ж. П. Совершенствование интегральной оценки цифровизации торговли / Ж. П. Шнорр // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 5 (84). – С. 60–76. – DOI: 10.21295/2223-5639-2020-5-60-76

REFERENCES

- Zavjalova N.B., Zavjalov D.V., Saginova O.V., Saginov Yu.L. Biznes-modeli tsifrovoykh ekosistem sfery tovarnogo obrashcheniya [Business Models for Digital Commodity Ecosystems]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki* [Russian Journal of Innovation Economics], 2022, vol. 12, no. 4, pp. 2369-2382. DOI: 10.18334/vinec.12.4.116802
- Blinova U.Yu., Rozhkova N.K., Rozhkova D.Yu. Tsifrovaya ekonomika: terminologicheskiy diskurs [Digital Economy: Terminological Discourse]. *Vestnik universiteta*, 2022, no. 1, pp. 82-88. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-1-82-88
- Bostoganashvili E.R. Vliyaniye tsifrovoy transformatsii na menedzhment roznichnykh setey [The Impact of Digital Transformation on Retail Chain Management]. *Sovremennye problemy menedzhmenta, marketinga i predprinimatelstva: monografiya* [Modern Problems of Management, Marketing and Entrepreneurship. Monograph]. Moscow, MGIMO-Universitet, 2018, pp. 561-571.
- Vashchenko N.V., Kravchenko Yu.A. *Teoretiko-metodicheskiye aspekty razvitiya predprinimatelskih struktur v usloviyah krizisa: monografiya* [Theoretical and Methodological Aspects of the Development of Business Structures in Crisis Conditions. Monograph]. Ufa, Aeterna Publ., 2023. 231 p.

- Vorontsovskiy A.V. Tsifrovizatsiya ekonomiki i yeye vliyaniye na ekonomicheskoye razvitiye i obshchestvennoye blagosostoyaniye [Digitalization of the Economy and Its Impact on Economic Development and Social Welfare]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika* [Saint Petersburg University Journal of Economic Studies], 2020, vol. 36, no. 2, pp. 189-216. DOI: 10.21638/spbu05.2020.202
- Gravshina I.N., Denisova N.I. K voprosu normativno-pravovogo regulirovaniya tsifrovoy ekonomiki [On the Issue of Legal Regulation of the Digital Economy]. *Vestnik Moskovskogo universiteta im. S.Yu. Vitte. Seriya 2. Yuridicheskiye nauki* [Moscow Witte University Bulletin. Series 2: Legal Sciences], 2023, no. 1-1 (36), pp. 12-16. DOI: 10.21777/2587-9472-2023-1-12-16
- Gutnikova O.N. Sushchnost torgovykh uslug i printsipy organizatsii torgovogo obsluzhivaniya [The Essence of Trade Services and Principles of Organizing Trade Services]. *Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Ekonomika i upravleniye* [Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Economics and Management], 2022, vol. 8 (74), no. 2, pp. 21-28.
- Deruzhinskiy G.V., Rayetskiy M.D. Teoretiko-metodologicheskiye aspekty ponyatiy «usluga», «obslyuzhivaniye», «servis» kak ekonomicheskikh kategoriy [Theoretical and Methodological Aspects of the Concepts “Service”, “Maintenance”, “Servicing” as Economic Categories]. *Terra Economicus*, 2012, vol. 10, no. 1/2, pp. 30-36.
- Yedinyy plan po dostizheniyu natsionalnykh tseley razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2024 g. i na planovyy period do 2030 g.* [Unified Plan for Achieving National Development Goals of the Russian Federation for the Period up to 2024 and for the Planning Period up to 2030]. URL: https://economy.gov.ru/material/dokumenty/edinyy_plan_po_dostizheniyu_nacionalnyh_aley_razvitiya_rossiyskoy_federatsii_na_period_do_2024_goda_i_na_planovyy_period_do_2030_goda.html
- Efimova L.G. Alternativnyy vzglyad na pravovoye regulirovaniye grazhdansko-pravovykh otnosheniy v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki [An Alternative View of the Legal Regulation of Civil Law Relations in the Digital Economy]. *Aktualnye problemy rossiyskogo prava* [Actual Problems of Russian Law], 2021, vol. 16, no. 8 (129), pp. 52-62. DOI: 10.17803/1994-1471.2021.129.8.052-062
- Zvereva A.O., Deputatova E.Yu. Transformatsiya torgovykh uslug v tsifrovoy ekonomike [Trade Service Transformation in Digital Economy]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G.V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2019, no. 4 (106), pp. 156-163. DOI: 10.21686/2413-2829-2019-4-156-163
- Industriyev M.A. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya: evolyutsiya podkhodov i sovremennaya paradigma [The Theory of Economic Development: Evolution of Approaches and Modern Paradigm]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravleniye. Pravo* [Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law], 2023, vol. 23, no. 2, pp. 126-133. DOI: 10.18500/1994-2540-2023-23-2-126-133
- Porokhovskiy A.A., Sorokin A.V., eds. *Internatsionalnoye i natsionalnoye v ekonomicheskoy razvitiy v XXI veke (v svete ekonomicheskoy teorii): kollektiv. monogr.* [International and National Aspects in Economic Development in the 21st Century (In the Context of Economic Theory). Collective Monograph]. Moscow, Ekon. fak. MGU im. M.V. Lomonosova, 2021. 374 p.
- Karkh D.A. *Sotsialnaya i ekonomicheskaya effektivnost uslug roznichnoy torgovli: monografiya* [Social and Economic Efficiency of Retail Trade Services. Monograph]. Yekaterinburg, AMB Publ., 2010. 304 p.
- Katrin E.V. «Tsifrovizatsiya»: nauchnye podkhody k opredeleniyu termina [“Digitalization”: On Approaches to Defining a Definition in Political Science]. *Vestnik Zabaykalskogo gosudarstvennogo universiteta* [Transbaikalian State University Journal], 2022, vol. 28, no. 5, pp. 49-54. DOI: 10.21209/2227-9245-2022-28-5-49-54
- Klimchenya L.S. Razvitiye kontseptsiy transformatsii roznichnoy torgovli pod vliyaniem promyshlennykh revolyutsiy [Retail Transformation Concepts Development Under the Influence of Industrial Revolutions]. *Vestnik universiteta*, 2024, no. 6, pp. 121-129. DOI: 10.26425/1816-4277-2024-6-121-129
- Kupchishina Ye.V. Evolyutsiya kontseptsiy tsifrovoy ekonomiki kak fenomena neoekonomiki [Digital Economy as Neo-Economy Phenomenon: Evolution of Concepts]. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik* [Public Administration. E-Journal], 2018, no. 68, pp. 426-444.
- Lapidus L.V. Vyzovy tsifrovoy ekonomiki kak triggery tsifrovoy transformatsii: evolyutsionnaya shkala i prichinnostsvyaznyye svyazi [The Digital Economy Challenges as the Digital Transformation Triggers: Evolutionary Scale and the Cause-And-Effect Relationships]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii* [Intellect. Innovation. Investments], 2023, no. 3, pp. 11-27. DOI: 10.25198/2077-7175-2023-3-11
- Makurin I.V. Teorii evolyutsii formatov roznichnoy torgovli [The Evolution of Retail Format: Key Theoretical Models]. *Uchenye zapiski Komsomolskogo-na-Amure gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [Scientific Notes of the Komsomolsk-on-Amur State Technical University], 2015, vol. 2, no. 2 (22), pp. 99-104.

- Mankov I.A., Gavrilyuk E.S. Tsifrovaya evolyutsiya sovremennogo predpriyatiya: analiz protsessov avtomatizatsii, tsifrovizatsii i tsifrovoy transformatsii [Digital Evolution of a Modern Enterprise: Analysis of Automation, Digitalization and Digital Transformation Processes]. *Progressivnaya ekonomika* [Progressive Economy], 2024, no. 3, pp. 89-99. DOI: 10.54861/27131211_2024_3_89
- Mingazinova E.R., Ignatyeva A.A. Teoreticheskiye podkhody k opredeleniyu sushchnosti uslug predpriyatiy roznichnoy torgovli i ikh klassifikatsiya [Theoretical Approaches to Defining the Essence Services Retailers and Their Classification]. *Byulleten nauki i praktiki* [Bulletin of Science and Practice], 2016, no. 10 (11), pp. 237-250. DOI: 10.5281/zenodo.161102
- Ilyin V.A., Shabunova A.A., Uskova T.V. et al. *Natsionalnye proyekty Rossii: osobennosti, effektivnost realizatsii: monografiya* [National Projects of Russia: Features and Implementation Efficiency. Monograph]. Volgoda, VolNC RAN, 2024. 453 p.
- Paskova A.A. Tsifrovaya transformatsiya roznichnoy torgovli: tendentsii i tekhnologii [Digital Transformation of Retail Business: Trends and Technologies]. *Novye tekhnologii* [New Technologies], 2020, vol. 16, no. 6, pp. 123-131. DOI: 10.47370/2072-0920-2020-16-6-123-131
- Popenkova D.K., Stukalova I.B. Transformatsiya roznichnoy torgovli v usloviyakh tsifrovizatsii [Transformation of Retail in the Context of Digitalization]. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava* [Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law], 2022, no. 2-1, pp. 89-99. DOI: 10.17513/vael.2063
- Rayzberg B.A., Lozovskiy L.Sh., Starodubtseva E.B. *Sovremennyy ekonomicheskyy slovar* [Modern Economic Dictionary]. Moscow, INFRA-M Publ., 2024. 512 p. URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136248>
- Nason N.V., Voloshin A.V., Suslova Yu. Yu., Veremeyenko O.S. Rynok uslug roznichnoy torgovli neprodovolstvennymi tovarami: sushchnost, vzaimodeystviye yego uchastnikov [Non-Food Retail Services Market: The Essence, the Interaction of Its Participants]. *Ekonomika i upravleniye innovatsiyami* [Economics and Innovation Management], 2024, no. 2 (29), pp. 56-65. DOI: 10.26730/2587-5574-2024-2-56-65
- Trofimova L.N. Sravnitel'naya otsenka teoriy izmeneniy organizatsii i upravleniya roznichnoy torgovli [Comparative Evaluation of Theories of Organization Change and Retail Management]. *Rossiyskoye predprinimatel'stvo* [Russian Journal of Entrepreneurship], 2012, no. 12 (110), pp. 148-152.
- Tumakov E.A. Evolyutsionno-tsiklicheskiy podkhod k dialektike rynka uslug roznichnoy torgovli v usloviyakh tsifrovizatsii [An Evolutionary Cyclical Approach to the Dialectic of the Service Market Retail Trade in the Context of Digitalization]. *Regional'naya i otraslevaya ekonomika* [Regional and Branch Economy], 2023, no. S2, pp. 190-197.
- Udal'tsova N.L. Tsifrovaya transformatsiya i novye formy biznesa v roznichnoy torgovle [Digital Transformation and New Forms of Business in Retail]. *Ekonomicheskkiye nauki* [Economic Sciences], 2023, no. 219, pp. 151-158. DOI: 10.14451/1.219.151
- Ukaz Prezidenta RF ot 07.05.2024 № 309 «O natsionalnykh tselyakh razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2030 goda i na perspektivu do 2036 goda»* [Decree of the President of the Russian Federation of May 7, 2024 No. 309 "On the National Development Goals of the Russian Federation for the Period Until 2030 and for the Perspective Until 2036"]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202405070015>
- Donets L.I., Kravchenko E.S., eds. *Upravleniye innovatsionnym razvitiyem predpriyatiy v usloviyakh ekonomicheskikh transformatsiy: monografiya* [Management of Innovative Development of Enterprises Under Economic Transformations. Monograph]. Ufa, Aeterna Publ., 2024. 198 p.
- Federalnyy zakon ot 28.12.2009 № 381-FZ «Ob osnovakh gosudarstvennogo regulirovaniya torgovoy deyatel'nosti v Rossiyskoy Federatsii»* [Federal Law of Dec. 28, 2009 No. 381-FZ "On the Fundamentals of State Regulation of Trade Activities in the Russian Federation"]. URL: <http://government.ru/docs/all/99391/>
- Cenzharik M.K., Krylova Yu.V., Steshenko V.I. Tsifrovaya transformatsiya kompaniy: strategicheskyy analiz, faktory vliyaniya i modeli [Digital Transformation in Companies: Strategic Analysis, Drivers and Models]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika* [Saint Petersburg University Journal of Economic Studies], 2020, vol. 36, no. 3, pp. 390-420. DOI: 10.21638/spbu05.2020.303
- Chkalova O.V., Muranova T.D. Razvitiye roznichnoy torgovli v kontekste innovatsionno-investitsionnykh preobrazovaniy [Development of Retail Trade in the Context Innovation and Investment Transformations]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsialnye nauki* [Lobachevsky University Bulletin. Social Sciences], 2024, no. 1 (73), pp. 41-48. DOI: 10.52452/18115942_2024_1_41
- Shvab K. *Chetvyortaya promyshlennaya revolyutsiya* [The Fourth Industrial Revolution]. Moscow, Eksmo Publ., 2018. 224 p.

Shnorr Zh.P. Sovershenstvovaniye integralnoy otsenki tsifrovizatsii tovgovli [Improvement of the Integral Assessment of Trade Digitalization]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law], 2020, no. 5 (84), pp. 60-76. DOI: 10.21295/2223-5639-2020-5-60-76

Information About the Author

Evgeniy A. Tumakov, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Personnel Management, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Shchorsa St, 31, 283050 Donetsk, Russian Federation, tumakov_evgenij@bk.ru, <https://orcid.org/0009-0000-3801-3112>

Информация об авторе

Евгений Александрович Тумаков, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия и управления персоналом, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, ул. Щорса, 31, 283050 г. Донецк, Российская Федерация, tumakov_evgenij@bk.ru, <https://orcid.org/0009-0000-3801-3112>