

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2023, Том 15, № s4 / 2023, Vol. 15, Iss. s4 <https://esj.today/issue-s4-2023.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/24FAVN423.pdf>

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Савина, А. К. Роль и направления развития логистики на предприятиях розничной продуктовой сети современных форматов / А. К. Савина // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № s4. — URL: <https://esj.today/PDF/24FAVN423.pdf>

**For citation:**

Savina A.K. The role and directions of logistics development at the enterprises of the retail grocery chain of modern formats. *The Eurasian Scientific Journal*. 2023; 15(s4): 24FAVN423. Available at: <https://esj.today/PDF/24FAVN423.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 338

**Савина Анастасия Константиновна**

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия  
Факультет «Экономики и бизнеса»  
E-mail: savinana22@yandex.ru

*Научный руководитель:* **Швандар Дарья Владимировна**

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия  
Факультет «Экономики и бизнеса»  
Заместитель руководителя Департамента логистики и маркетинга  
Кандидат экономических наук, доцент  
E-mail: dvshvandar@fa.ru

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=479108](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=479108)

## **Роль и направления развития логистики на предприятиях розничной продуктовой сети современных форматов**

**Аннотация.** Каждый формат продуктовой розничной сети имеет свои особенности и требования к логистике, поэтому важно иметь целостное представление об экономической ситуации на рынке и возможностях потребителей, уделять внимание максимальной эффективности перемещения товаров, необходимому уровню запасов, своевременному снабжению магазинов, а также экономичной транспортировке. Эффективная логистика является неотъемлемой частью успешного функционирования сети. Особое внимание стоит обратить и на цифровизацию магазинов ритейлеров. Ритейл является одной из самых быстро и широко развивающихся сфер рынка в России. Многие торговые сети растут в том числе благодаря использованию цифровых технологий. С каждым годом растёт число потребителей, которые используют цифровые технологии и для того, чтобы удовлетворять их потребности и иметь возможность конкурировать на рынке, торгово-розничные сети стараются внедрять и применять новые технологические решения. Крупнейшие ритейлеры в 2023 году активно внедряют цифровые технологии во все области своей деятельности: в магазинах, офисах, автопарках и на складах. На основе практики для внедрения цифровых технологий необходим комплексный подход. В торгово-розничных сетях стремятся внедрять системы для анализа клиентов, а также пересмотреть требования к сотрудникам и увеличить эффективность и производительность труда. Современные технологии позволяют повысить эффективность операционной деятельности и сократить себестоимость товаров. Процессы цифровизации в компаниях можно условно разделить на несколько направлений: анализ поведения

потребителей, уменьшение времени процесса покупки, вовлечение клиентов, увеличение производительности труда и увеличение операционной эффективности.

**Ключевые слова:** розничная торговля; дискаунтеры; продовольственные торговые сети; торговая сеть; ритейл; экономика; логистика

## Введение

Актуальность. На сегодняшний день в мире существует более пяти форматов розничных продуктовых сетей. Их появление и развитие зависит от потребительских предпочтений, демографии и покупательского поведения. Форматы различаются в зависимости от ассортимента продукции, стратегии ценообразования, планировки и площади магазинов, а также целевой аудитории. Логистика в любом формате розничной продуктовой сети обеспечивает эффективное перемещение товаров, экономичную транспортировку, своевременное снабжение магазинов, обеспечение их достаточным уровнем запасов и, что напрямую влияет на удовлетворенность клиентов, общую доходность.

Цель работы — проанализировать логистику современных форматов розничных сетей для определения ее влияния на эффективность, экономичность и управление цепями поставок.

Объектом исследования выступают современные розничные продуктовые сети.

Предметом исследования является логистика современных розничных продуктовых сетей.

## 1. Материалы и методы

Научная статья выполнена при помощи методов: дескриптивного, анализа и синтеза, группировки и сопоставления, табличный способ систематизации данных, графической визуализации информации.

Для выполнения поставленной цели выделим следующие задачи:

- обозначить направления развития продуктовых розничных сетей в 2023 году;
- проанализировать современные форматы розничных продуктовых магазинов;
- определить особенности логистики цепей поставок розничных продуктовых сетей.

Научной базой исследования стали труды российских ученых: М.В. Меньшикова [1], Э.В. Фомин [2], Н.В. Алтынова [3], И.Д. Бекмурзаев, В.Я. Серб, А.А. Волкова [4], Т.Н. Конченкова [5], Ф. Венде, Д. Швандар [6], А.А. Арский, Г.П. Быкова, Ф.Д. Венде [и др.] [7] и др. Информационной базой стал официальный портал ритейлеров и поставщиков Retail.ru, официальный сайт банка России, информационно-аналитическое агентство РБК.

## 2. Результаты и обсуждение

Тренды продуктовой торговли 2023 года. Товарооборот розничных торговых сетей имеет нестабильную динамику: в периоды экономических кризисов он снижается, в периоды стабильности повышается. Оборот розничной торговли в Российской Федерации составил 96,4 % за 1-й квартал 2023 г. по сравнению с тем же периодом 2022 г. На продовольственные товары пришлось 49,4 % от общего объема розничного товарооборота (рис. 1).



**Рисунок 1.** Динамика розничного товарооборота России, 2014–2023 гг., в сопоставимых ценах в % к соответствующему периоду прошлого года<sup>1</sup>

Рисунок 1 показывает резкое снижение товарооборота в период 2014–2015 гг., когда санкции нарушили импортные поставки мясной продукции и твердых сыров в российские торговые сети. Резкий подъем товарооборота в 2021 году был связан с последствиями экономики ограничений Ковид-19, в частности запретом на рыночную и ярмарочную торговлю, что спровоцировало приток покупателей в розничные торговые сети [8]. Резкий спад товарооборота 2022 г. был вызван нарушением цепей поставок из-за геополитического кризиса, ростом инфляции и снижением реальных денежных доходов населения (рис. 2).



**Рисунок 2.** Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения РФ, 2019 — I кв. 2023 г. (составлено автором на основе данных Росстата<sup>2</sup>)

Рисунок 2 демонстрирует колебания доходов в период 2019–2023 гг. Так, в 2020 г. наблюдалось падение доходов вследствие снижения экономической активности в период и после пандемии Ковид-19, а также последующий рост в условиях оживления экономики в 2021 г. Реальные располагаемые доходы населения почти не изменились за 2022–23 гг. (рост составил всего 0,1 %). Однако, для большинства ритейлеров ключевыми вопросами и направлениями развития в 2023 году стали:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Concern General Invest, 2009–2024. Обзор рынка продуктового ритейла в России в 2023 году — Режим доступа — <https://generalinvest.ru/analytics/obzor-rinka-produktovogo-riteila-v-rossii-2023.html> (дата обращения: 05.02.2024).

<sup>2</sup> Федеральная служба государственной статистики. Уровень жизни — Режим доступа — <https://rosstat.gov.ru/folder/13397> (дата обращения: 05.02.2024).

<sup>3</sup> FOX IN BOX 2020. Как трансформируются форматы розничных магазинов продуктов: обзор трендов — Режим доступа — <https://fox-inbox.ru/tpost/o4sbtrto11-kak-transformiruyutsya-formati-rozniczni> (дата обращения: 05.02.2024).

1. Развитие хард-дискаунтеров, например, торговые сети «X5 Retail» и «Магнит» открыли новые форматы — «Чижик», «Да!», «В1».
2. Смена покупательских привычек в сторону экономии за счет:
  - перехода в более экономичные магазины;
  - предпочтение товаров по скидкам и акциям;
  - покупки самого необходимого;
  - выбора более дешевых марок (послужило массовому развитию СТМ);
  - более редких закупок впрок и сокращения спонтанных покупок, в результате продажи упали на 5,6 %;<sup>4</sup>
  - рост рынка в основном за счет инфляции в диапазоне 7,0–7,5 % в 2023 г.;<sup>5</sup>
  - усиление влияния локальных ритейлеров;
  - слияние и поглощение в офлайн-рознице;
  - трансформация ассортимента большого количества категорий и товарных групп и их ценовой политики;
  - поиск и оценка потенциала новых ниш через предпочтения покупателей и контекст покупок (развитие быстрой доставки и новых условий и форм доставки продуктов питания).

Таким образом, ключевой риск для большинства ритейлеров — макроэкономический. Падение доходов населения ведет к снижению потребления и уменьшению выручки торговых сетей, а, следовательно, это отражается на рентабельности. Целесообразно обратить внимание также на рыночные риски, такие как — усиление конкуренции со стороны жестких дискаунтеров и онлайн игроков. Поэтому, ритейлеры продолжают развивать и трансформировать розничные форматы торговли, фокусируя их на ожиданиях своих клиентов в соответствии с покупательской корзиной и удовлетворения их потребностей.

Современные форматы розничных продуктовых магазинов и функционирование их логистики. Анализ продуктовых магазинов с точки зрения функционирования логистики начнем с выделением трех наиболее современных и развитых форматов: даркстор, дискаунтер, гипермаркет (табл. 1).

Таблица 1 показывает, что классификацию розничных продуктовых сетей можно проводить в зависимости от таких критериев как формат магазина, широта ассортимента, выкладка товара, снабжение, оплата и доставка. Торговые сети все больше стремятся доставлять свои товары через распределительные центры (РЦ), сейчас этот показатель примерно 82 % — это ведет к снижению затрат, связанных с приемом товара у поставщика, сбором, комплектацией, и последующей транспортировкой.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> МИА «Россия сегодня». Поставщики сетей стали чаще использовать услуги «Деловых Линий» — Режим доступа — <https://ria.ru/20221006/uslugi-1821991849.html> (дата обращения: 05.02.2024).

<sup>5</sup> Банк России, 2000–2024. Динамика потребительских цен — Режим доступа — [https://cbr.ru/analytics/dkp/dinamic/CPD\\_2023-12/](https://cbr.ru/analytics/dkp/dinamic/CPD_2023-12/) (дата обращения: 05.02.2024).

<sup>6</sup> Бизнес-школа ИТС Group. Логистические процессы и операции в торговых сетях — Режим доступа — <https://www.itctraining.ru/biblioteka/logistika-ved/logisticheska-setey/> (дата обращения: 05.02.2024).

Таблица 1

Сравнительная характеристика сетевых продуктовых форматов магазинов<sup>3, 4</sup>

Критерий	Интернет-торговля через даркстор (Яндекс Лавка, Самокат)	Дискаунтер (Светофор, Чижик, Доброцен)	Гипермаркет/Супермаркет (Лента, Ашан, Пятерочка)
Формат магазина	Работает только на заказ, чаще всего доставка осуществляется в течение 15–60 минут	Представлены самые необходимые продукты по низким ценам. Оффлайн формат покупок	Представлены широкие ассортименты товаров, есть своя торговая площадь и возможность совершать оффлайн покупки
Ассортимент	Выбор ограничен, но представлен наиболее популярными позициями	Выбор ограничен, но представлен базовыми продуктами	Большой выбор не только продуктов, но и прочих товаров
Выкладка товара	Отсутствие необходимости выкладывать товары, организация ячеек на стеллажах в коробах поставщика	Отсутствие необходимости выкладывать товары; чаще выкладка штабелями или на стеллажах паллетами и коробками	Выкладка товаров на полки и контроль их заполняемости, также выкладка акционных позиций на стоп-районы (т. е. в паллете посреди аллей)
Снабжение магазина	Ежедневные поставки дарксторы, маленькими машинами с большого РЦ	Поставки большого объема (фурами), поставщики работают без посредников, прямые поставки большого объема	Поставки большими партиями в определенные периоды времени; возможно смешанными паллетами в зависимости от товара, со склада или напрямую от поставщиков
Оплата	Онлайн	Оплата на кассе	Оплата на кассе или онлайн
Доставка	Доставка домой	Доставка отсутствует	Оффлайн покупка, доставка на дом или самовывоз

При заказе больших партий одного или нескольких наименований товара поставщик предоставляет бонус  $\approx 5\%$  заказа, что помогает снижать свои же издержки за счет массового выпуска продукции, организации своей логистики, переложив ответственность на торговую сеть, которая имеет налаженные логистические процессы: свой автопарк, своевременное техническое обслуживание, организацию ПРР (погрузочно-разгрузочных работ), а также возврат оборотной тары.

Дарксторы характеризуются более точной информацией об остатках. Каждый товар имеет свой код и закреплен за конкретной полкой. В гипермаркетах и супермаркетах расчет остатков чаще всего осуществляется в паллетах или коробках, т. к. прогнозирование и расчёт необходимых объемов и количеству ассортимента больше. Для дискаунтеров не так важна информация об остатках, как идеально выстроенная логистика и минимальное «логистическое плечо» (расстояние от производства до магазина), т. к. до 40 % стоимости продукции — это транспортировочные затраты [9]. Около 87,3 % ассортимента составляют локальные поставщики, однако некоторые дискаунтеры становятся более ориентированы на импортные товары (из Грузии, Казахстана, Армении, Белоруссии и др.), что привлекает новых клиентов. Стоит отметить, что чистая выручка дискаунтеров за текущий год увеличилась примерно на 25,1 % [10].

Уделение должного внимания цифровой трансформации розничных магазинов имеет первостепенное значение, особенно в условиях стремительно развивающейся российской розницы. На рынке наблюдается рост числа розничных сетей, которые во многом объясняют свой рост плавной интеграцией цифровых инструментов. По мере роста числа потребителей, использующих цифровые технологии, ритейлеры активно внедряют новые технологические решения, чтобы удовлетворить растущие потребности и оставаться впереди на конкурентной арене. Примечательно, что крупные розничные компании в 2023 году активно внедряют



цифровые инновации в свою деятельность, охватывающую торговые точки, корпоративные офисы, транспортные парки и складские помещения.

Чтобы в полной мере воплотить суть цифрового включения, необходимо использовать целостный подход, который органично вписывается в постоянно меняющийся ландшафт розничной торговли. Ритейлеры активно работают над внедрением передовых систем, позволяющих расшифровывать информацию о своих клиентах, и одновременно совершенствуют требования к своим сотрудникам, тем самым поднимая эффективность и производительность на беспрецедентный уровень. Использование чудес современных технологий не только способствует рационализации работы, но и позволяет оптимизировать расходы, что приводит к значительному росту рентабельности.

Цифровая трансформация организаций включает в себя множество аспектов. Она подразумевает глубокое изучение моделей поведения потребителей, оптимизацию процедур покупки для ускорения транзакций, повышение вовлеченности клиентов, оптимизацию производительности труда и повышение операционной эффективности.

Не так давно индустрия розничной торговли начала осваивать технологии искусственного интеллекта для оптимизации операций и сокращения расходов, особенно в сфере обслуживания клиентов, управления персоналом и логистики. Основное внимание в развитии искусственного интеллекта уделяется расшифровке обширных массивов данных о покупательских склонностях пользователей и нюансах принятия решений при совершении сделок. Однако основное препятствие, с которым сталкиваются ритейлеры, заключается в получении и расшифровке большого количества доступных данных. Для борьбы с этим препятствием организации внедряют сложные облачные решения по анализу данных, способные работать с ними в режиме реального времени. Кроме того, искусственный интеллект открывает возможности для разработки индивидуальных стратегий ценообразования. Исследование IBM показывает, что 73 % руководителей розничных компаний намерены автоматизировать системы ценообразования с помощью ИИ. В качестве примера можно привести систему ценообразования, используемую известной платформой «Airbnb», которая помогает владельцам недвижимости определить оптимальную арендную ставку на основе таких факторов, как местоположение, визуальный спрос на рынке и временная близость к дате аренды.

Чтобы привлечь более широкий круг покупателей, ритейлеры часто используют решения Digital Signage — технологические новинки, сочетающие в себе цифровые и мультимедийные компоненты. Эти инновационные цифровые дисплеи позволяют дистанционно управлять ЖК-мониторами и беспрепятственно загружать рекламные материалы. Кроме того, такие цифровые механизмы позволяют персонализировать представление контента потенциальным покупателям, а также собирать подробные данные, включая демографическую информацию, такую как пол и возраст, и даже реакцию на отображаемый контент в режиме реального времени.

В 2023 году слияние виртуальной и дополненной реальности ворвалось в сферу розничной торговли, открыв новую эру эмпирического шопинга. Через объектив камеры покупатель отправился в путешествие по виртуальным магазинам. Например, в магазине мебели покупатель может выбрать понравившийся товар, а дома навести камеру своего телефона на часть своей комнаты и увидеть, как он будет смотреться в его пространстве.

В магазинах одежды (например, в универмаге премиум-класса Neiman Marcus) внедряются технологии виртуальных примерочных: потенциальный покупатель может менять цвета понравившейся модели в зеркале, просматривать сочетания нарядов и аксессуаров. Похожую технологию использует компания Lamoda. В своем приложении для мобильных

телефонов организация запустила функцию виртуальной примерки обуви. Для этого необходимо просто выбрать нужную модель, навести на ногу, и можно будет понять, как выбранная модель будет выглядеть вживую.

Магазины будущего будут опираться на такие революционные элементы, как умные полки и цифровые ценники. Глубоко погружаясь в сферу инноваций, мы наблюдаем чудеса «умных» полок, вдохновленных такими гигантами моды, как Nike и Adidas. Эти «умные» полки оснащены специализированными датчиками, которые внимательно следят за каждым покупателем и запускают цифровые экраны, на которых можно увидеть захватывающие истории о представленных товарах: от сложного сырья, из которого они изготовлены, до тщательного мастерства, которое стоит за каждой вещью. Это не просто шопинг, это захватывающее путешествие в сердце истории каждого продукта.

Автоматические кассовые аппараты — это значительное достижение в сфере розничной торговли, представляющее собой комплексную экосистему, включающую в себя приложение для мобильных телефонов, программу лояльности, современные сканеры штрих-кодов и передовую технологию компьютерного зрения. Эта революционная система работает одинаково во всех розничных заведениях. Во всех магазинах подобная технология работает примерно одинаково: покупатель скачивает приложение, вводит банковские данные, а после наполнения корзины сканирует штрих-коды продуктов. После того как касса считает коды, в приложении высвечивается доступный для оплаты чек. Одна из ведущих компаний современной розничной торговли X5 Retail Group предполагает, что такая технология поможет повысить средний чек покупателя на 10 процентов и избавиться от больших очередей. Так же ритейлеры планируют показывать покупателям персональные предложения в период их покупки.

### Выводы

Изучая динамику и ключевые тенденции продуктовых розничных сетей, и их форматы в начале и середине 2023 года, можно сделать несколько важных выводов:

Во-первых, уровень экономической неопределенности все еще остается достаточно высоким, что заставляет покупателей сдерживать свое потребление и менять привычки. Рядовому потребителю трудно, да и не за чем анализировать цепи поставок торговых сетей, наличие товара на складе и т. п., ему важно удовлетворить свою потребность «здесь» и «сейчас», остальное — задача торгового предприятия.

Во-вторых, основной прирост выручки ритейлеров обеспечивает не увеличение среднего чека, а расширение сети, которые адаптируют свои магазины под новые условия и потребности, ориентируясь на консолидацию рынка.

В-третьих, лучше себя показывают магазины дарксторы (в центральном регионе России) и дискаунтеры, в то время как гипермаркеты демонстрируют плохую динамику показателей. Таким образом в ближайшие один, два года можно ожидать и дальнейшее сокращение площадей магазинов в рамках крупных продуктовых сетей, а также усиление тенденции развития магазинов низких цен, а также Интернет-торговли.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Меньшикова, М.В. Современные тенденции развития логистики маркетплейсов / М.В. Меньшикова // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2022. — № 12–1(94). — С. 255–257. — DOI 10.24412/2411-0450-2022-12-1-255–257. — EDN WJUKSW.

2. Тенденции и перспективы развития розничной торговли в России // Экономика и право: Монография / Гл. редактор Э.В. Фомин. — Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2023. — С. 99–115. — DOI 10.31483/r-107184. — EDN QSNKVO.
3. Алтынова, Н.В. Розничные сетевые структуры на региональных потребительских рынках: особенности развития и современные тенденции / Н.В. Алтынова // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2023. — № 11–1. — С. 5–10. — DOI 10.17513/vaael.3025. — EDN FWGXSБ.
4. Бекмурзаев, И.Д. Проблемы и перспективы развития рынка холодной логистики / И.Д. Бекмурзаев, В.Я. Серба, А.А. Волкова // Индустриальная экономика. — 2023. — № 1. — С. 27–32. — DOI 10.47576/2712-7559\_2023\_1\_27. — EDN RJIKLI.
5. Конченкова, Т.Н. Дискаунтер как новый формат интернет-торговли в России / Т.Н. Конченкова // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей IV Международной научно-практической конференции, Пенза, 27 марта 2017 года. — Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2017. — С. 78–80. — EDN YHXVSV.
6. Венде, Ф. Логистическое сопровождение арктических проектов в прошлом и настоящем / Ф. Венде, Д. Швандар // Логистика. — 2022. — № 3(184). — С. 36–40. — EDN TSBJ TZ.
7. Логистика в цифровой экономике: тенденции и векторы развития / А.А. Арский, Г.П. Быкова, Ф.Д. Венде [и др.]. — Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2023. — 212 с. — ISBN 978-5-406-10533-7. — EDN WUXDCC.
8. Региональные цепи поставок: вызовы современности / Ф.Д. Венде, К.Х. Зоидов, М.А. Пономарева, Д.В. Швандар // Экономика и управление. — 2021. — Т. 27, № 8(190). — С. 622–632. — DOI 10.35854/1998-1627-2021-8-622-632. — EDN EAWKBR.
9. Дюнина, О.П. Развитие формата дискаунтер в розничной торговле / О.П. Дюнина, В.П. Горев, Е.В. Гуркова // Логистика в условиях экономической турбулентности: Материалы международной научно-практической конференции, Иркутск, 31 мая 2017 года / Под ред. В.С. Колодина. — Иркутск: Байкальский государственный университет, 2017. — С. 29–31. — EDN YOLUMM.
10. Алексеева, Е.А. Магазины-дискаунтеры как драйвер развития торговой отрасли в России / Е.А. Алексеева, Э.А. Назарова, А.А. Гракун // Будущее науки — 2022: Сборник научных статей 10-й Международной молодежной научной конференции, Курск, 21–22 апреля 2022 года. Том 1. — Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. — С. 38–40. — EDN NRYOXA.



**Savina Anastasia Konstantinovna**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
E-mail: savinana22@yandex.ru

*Academic adviser: Shvandar Dar'ya Vladimirovna*

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
E-mail: dvshvandar@fa.ru

RSCI: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=479108](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=479108)

## **The role and directions of logistics development at the enterprises of the retail grocery chain of modern formats**

**Abstract.** Each format of a grocery retail chain has its own characteristics and requirements for logistics, so it is important to have a holistic understanding of the economic situation in the market and the capabilities of consumers, pay attention to the maximum efficiency of moving goods, the required level of inventory, timely supply of stores, as well as economical transportation. Efficient logistics is an integral part of the successful functioning of the network. Particular attention should be paid to the digitalization of retail stores. Retail is one of the fastest and most widely developing market areas in Russia. Many retail chains are growing, including through the use of digital technologies. Every year the number of consumers who use digital technologies is growing and in order to satisfy their needs and be able to compete in the market, trade and retail chains are trying to introduce and apply new technological solutions. The largest retailers in 2023 are actively introducing digital technologies into all areas of their activities: in stores, offices, vehicle fleets and warehouses. Practice-based implementation of digital technologies requires a comprehensive approach. Trade and retail chains are striving to implement systems for customer analysis, as well as revise requirements for employees and increase labor efficiency and productivity. Modern technologies make it possible to increase operational efficiency and reduce the cost of goods. Digitalization processes in companies can be divided into several areas: analyzing consumer behavior, reducing the time of the purchasing process, engaging customers, increasing labor productivity and increasing operational efficiency.

**Keywords:** trade; discounters; food retail chains; retail chain; retail; economics; logistics