

26 мая 2025

ИТ-тренды ритейла 2025: между эффективностью и ограниченным бюджетом

В рамках ежегодной конференции для ритейлеров Russian Retail Show 2025 ГК «КОРУС Консалтинг» [провела опрос](#), в котором приняло участие более 250 представителей торговых компаний: собственников и топ-менеджеров, руководителей ИТ-подразделений и бизнес-функций и специалистов. Главными целями на 2025 год большинство респондентов обозначили рост бизнеса без роста штата сотрудников (43%), рост среднего чека (41%) и рост повторных продаж (34%).

Очевидно, что для достижения этих целей одними из основных инструментов являются цифровые решения, способные повысить эффективность операционных процессов или помочь снизить нагрузку на персонал. Однако сегодня, по мнению респондентов, наиболее значимыми препятствиями для цифровизации ритейла остаются ограниченные ИТ-бюджеты (39%), сложность интеграций ИТ-решений (33%) и нехватка компетенций в команде (30%).

Какие ИТ-тренды характерны для современного ритейла и как экономическая ситуация влияет на цифровизацию отрасли, разбираемся с Геннадием Тарантасовым, директором практики ритейл и FMCG ГК «КОРУС Консалтинг».

ОТ МАРКИРОВКИ ДО ОПТИМИЗАЦИИ ИЗДЕРЖЕК

Высокие инфляция и ключевая ставка привели к тому, что многие ритейлеры, существенно сократили горизонт планирования и стараются не начинать новых масштабных дорогостоящих ИТ-проектов. В то же время на рынке остаются определенные игроки, которые либо продолжают поглощают другие компании, либо начинают работать в новых регионах и сегментах (параллельно с развитием бизнеса они вынуждены развивать и ИТ-инфраструктуру), а остальные стараются повысить свою эффективность за счет цифровых решений, не вкладывая средства в расширение штата или, например, в новые складские площади. В целом, с точки зрения цифровизации, в 2025 году для ритейла остаются актуальными пять трендов.

1. Внедрение ИТ-решений, связанных с исполнением новых законов

Например, постепенно расширяется перечень товаров, подлежащих обязательно маркировке; появляется необходимость работать со многими государственными органами в единых системах документооборота и т.д. Соответственно, торговые компании вынуждены внедрять определенные ИТ-продукты.

2. Повышение эффективности и оптимизация издержек с помощью ИТ

Мы видим, что среди наших клиентов-ритейлеров остается высоким спрос на всевозможные ИТ-решения, которые позволяют снизить затраты и получить экономический эффект от внедрения той или иной технологии.

3. Попытки нивелировать ситуацию с нехваткой кадров за счет цифровых технологий

Сегодня ритейлеры создают новые внутренние стандарты, а также формируют производственные и бизнес-процессы таким образом, чтобы они меньше зависели от количества людей.

4. Внедрение ИТ-решений для новых форматов бизнеса

В связи с динамично меняющейся ситуацией на рынках, изменениям в поведении потребителей, в последние годы ритейлеры стали намного чаще экспериментировать: например, запускать новые форматы магазинов, развивать СТМ, открывать свои фабрики-кухни и т.д. Поэтому торговые компании стали инвестировать в ИТ-проекты, закрывающие задачи по автоматизации и цифровизации новых направлений.

5. Фокусирование на обеспечении информационной безопасности

Ритейл и ранее уделял этому направлению достаточно внимания, но в последние годы, с учетом возросшего количества ИБ-атак, оно стало требовать дополнительных ресурсов.

ЧТО ПОКУПАЮТ ПРОДАВЦЫ?

Исходя из вышеперечисленных трендов, а также из запросов ритейлеров можно выделить следующие наиболее популярные ИТ-продукты и решения.

Во-первых, это все решения, связанные с логистическими и складскими процессами (WMS, TMS, YMS, цифровые двойники цепочек поставок), а также технологии ценообразования. Стоит отметить, что российские решения этих классов уже постепенно «дозревают» до уровня продуктов зарубежных вендоров.

Во-вторых, востребованными остаются продукты, помогающие в обучении, развитии и повышении эффективности сотрудников (различные цифровые помощники, базы знаний, low-code/no-code платформы для внутренних административных процессов и т.д.).

В-третьих, это ИТ-решения, позволяющие соответствовать установленным государственным стандартам — системы маркировки и прослеживаемости товаров, СЭД, ЭДО.

Отдельное место в структуре спроса на ИТ-продукты в ритейле занимают решения, связанные с индивидуальным ценообразованием, омниканальностью, а также с онлайн-продажами. Гиперперсонализация и



высокое качество сервиса стали одними из главных конкурентных преимуществ современных торговых компаний. Это объясняет высокий спрос на ИТ-проекты, позволяющие выстроить бесшовную связь с клиентами в абсолютно разных каналах, на различные e-commerce платформы, а также на решения для оптимизации ценообразования.

Также можно выделить внедрение и развитие ИИ-технологий, которые клиенты уже начинают использовать в большинстве классов решений. Наш опрос показал, что основными технологиями-драйверами ритейлеры считают управление ассортиментом (50% респондентов), ИИ-инструменты для ценообразования и прогнозов (48%), а также анализ больших данных (48%). По словам представителей торговых компаний основные задачи, которые помогает решать ИИ в ритейле — это оптимизация рутинных процессов, подбор и адаптация персонала, ускорение программирования и тестирования с помощью GPT и языковых моделей, создание различных рекомендательных систем для апсейла и кросс-сейла, персонализация контента.

ДЕНЕГ ВСЕ МЕНЬШЕ, НО «ЦИФРА» ВСЕ НУЖНЕЕ

Как уже было отмечено, многие ритейлеры указывают на ограниченные ИТ-бюджеты. Очевидно, что объем средств, выделяемых на цифровизацию, зависит от размера, сегмента и приоритетов торговой компании. Но можно



выделить одну тенденцию, характерную для большинства ритейлеров. С одной стороны, растущая конкуренция и необходимость внедрять эффективные цифровые технологии, рост зарплат квалифицированных ИТ-специалистов (как внешних, так и внутренних) и дорожающая поддержка информационных систем заставляют ритейлеров увеличивать расходы на ИТ. С другой стороны, экономическая ситуация мотивирует сокращать ИТ-бюджет. Это приводит к тому, что торговые компании начинают перераспределять средства между оперативными (ОРЕХ) и капитальными (САРЕХ) затратами на ИТ.

По нашим оценкам САРЕХ на ИТ-направление у большинства ритейлеров сократился на 20-30%, а новые, наиболее перспективные задачи, закрываются за счет ОРЕХ. Но однозначно можно сказать, что ритейлеры стали сокращать затраты на менее приоритетные ИТ-проекты и проекты с отложенным экономическим эффектом, а также более скрупулезно оценивать эффективность внедрения новых решений.

Пока самыми «необязательными» задачами для ритейла остаются замена зарубежных информационных систем, у которых еще не закончился жизненный цикл, и «долгие» ИТ-проекты с неопределенным экономическим эффектом. Однако, что касается миграции на отечественное ПО, то это вопрос времени — поддерживать иностранные системы становится все сложнее и дороже.

В ближайшее время большинство ритейлеров продолжат придерживаться стратегии «быстрых побед», внедряя быстрокупаемые и наиболее



критичные для бизнеса решения, позволяющие в короткие сроки получить экономический эффект.

