

ИННОВАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Экономический рост осуществляется за счет экстенсивных и интенсивных факторов. В условиях роста концентрации торговой отрасли большое значение имеют инновации как фактор интенсивного экономического роста. Практика деятельности торговых сетей показывает, что развитие происходило за счет увеличения торговых площадей и численности персонала. Однако, в связи с растущей конкуренцией и концентрацией торгового бизнеса появляется необходимость использования инноваций. Внедрение инноваций оптимизирует затраты и создает условия для экономического роста [1].

Инновации могут существенно отличаться друг от друга в зависимости от положенных в основу классификации параметров. В настоящее время существуют подходы к формированию классификаций инноваций, но они практически не учитывают в себе отраслевой, а именно, торговой, составляющей. Вообще, независимо от того, в какой отрасли осуществляются инновации, все их можно условно разделить на 3 основные группы: инновации в товарах и услугах (разработка новых видов товаров и услуг); инновации в процессах (разработка новых способов производства и реализации товаров и услуг); инновации в бизнесе (разработка новых способов ведения деятельности) [2].

Внедрение инноваций в ритейле в настоящее время происходит по нескольким ключевым направлениям: совершенствование торгового процесса, в том числе – процесса обслуживания покупателей, автоматизация расчетов, повышение эффективности работы логистических систем.

Так, есть перспективы применения технологий искусственного интеллекта, способных в корне изменить то, как осуществляется коммуникация с потребителем и продажа ему услуг и товаров. К примеру, в 2017 году планируется открыть новые магазины Amazon в Сиднее и в Лондоне, где покупки будут совершаться при помощи специального мобильного приложения. Оплата будет сниматься с привязанной к телефону банковской карточки, а сам телефон будет необходимо приложить к турникету на входе. Информацию о выбранных продуктах будет собирать система, работающая на основе искусственного интеллекта. Это позволит отказаться от использования в магазине традиционных кассиров и существенно сократить расходы на оплату труда.

Ученые из компании «Видеоинтеллект» разработали новое программное обеспечение для распознавания поведения покупателей в офлайн-магазинах. Оно позволяет распознавать готовность покупателя к покупке и его интерес к товару, а также заранее обезопасить себя от готовящейся кражи. Разрабатываемое ПО, определяющее готовность посетителей совершать покупки, не имеет аналогов, отмечается в материалах компании. Для ритейла оно имеет ряд преимуществ: благодаря использованию системы повышается лояльность и возвращаемость покупателей и увеличивается конверсия.

Новые формы оплаты, например, бесконтактная оплата, уже используются и в Беларуси. Оплату с мобильного телефона планируется ввести в 2017 году на основе Samsung Pay и Apple Pay. В качестве безопасных решений предполагается внедрять технологии распознавание голоса и лиц. В 2015 году в «Виталюре» была установлена первая в стране касса самообслуживания: покупатель сам сканирует товар, после

кладет его на весы, считывающие данные о весе товара из истории прежних покупок. Одним из барьеров для покупателей является отсутствие приемника наличных денег. Следующим шагом после касс самообслуживания станет использование системы Scan&Go (оплаты переносными сканерами), по которой товар считывается переносными сканерами и после этого складывается в тележку. Кстати, и использование традиционных тележек в магазине так же подвергается изменениям. Так, крупнейшая розничная сеть в мире Walmart представила проект беспилотной самодвижущейся магазинной тележки, которая будет обладать возможностью находить своего владельца на территории магазина с помощью датчиков.

Также, наблюдаются изменения в сфере логистики в торговле, в частности, большое распространение получили такие инструменты как E-биржа или E-каталоги, используемые для оптимизации работы с поставщиками. Активно внедряются инновационные решения и в сфере складской логистики. Так, компания Amazon и британский продуктовый онлайн ритейлер «Ocado» для максимально быстрой доставки заказа автоматизируют свои склады с помощью роботов и систем искусственного интеллекта. Также для быстрой доставки заказов используются дроны и беспилотные летательные аппараты: клиенты американской продуктовой сети 7-Eleven отмечают, что доставка заказа в среднем занимает десять минут с момента оплаты.

В целом, применение инноваций в торговле в настоящее время выступает важным условием успешного функционирования на рынке, позволяя розничным торговым сетям добиваться ряда важнейших конкурентных преимуществ:

- обеспечивать высокий уровень дифференциации торговых услуг в глазах покупателей, что приводит к снижению показателя эластичности спроса по цене и росту лояльности покупателей;
- снижать расходы на выполнение хозяйственных операций за счет сокращения ручного труда и улучшения логики построения бизнес-процессов торговых компаний;
- увеличивать объемы продаж за счет роста индивидуализации торговых услуг, предоставления новых вариантов удовлетворения потребностей покупателей и повышения комфорта при совершении покупок.

Список использованных источников

1. Мартынова, О.В. Инновации как фактор экономического роста розничных торговых сетей / О.В. Мартынова // Вестник экономики, права и социологии. – №1. – 2013. – С.80-82.

2. Логистика / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред. В.И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2014. – 944с.

О.В. Ерчак, канд.экон.наук, доцент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРОПРОВОДЯЩИМИ СЕТЯМИ БЕЛУРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Товаропроводящие сети (ТПС) – совокупность иностранных юридических лиц и расположенных за рубежом обособленных подразделений белорусских производителей, осуществляющих реализацию и (или) сервисное обслуживание белорусских товаров [1].