

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Скакунова А.В., студентка 3 курса
факультета экономики, менеджмента и торговли
Научный руководитель – Моламусов З.Х, доцент, к.э.н., доцент
КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова

***Ключевые слова:** инновации, розничная торговля, потребительские товары, торговые предприятия.*

В статье рассматриваются возможности повышения эффективности коммерческой деятельности в розничной торговле при организации продажи товаров на основе внедрения инноваций.

Введение. В нынешних условиях развития торговли потребительскими товарами конкурентоспособность является одной из основных характеристик при оценке деятельности коммерческих предприятий. Инновационная активность становится объективным условием развития современного бизнеса и конкурентоспособности предприятий в долгосрочной перспективе. Розничная торговля отражает политические, экономические, технологические и социальные процессы, происходящие в стране. Внедряя инновации, предприятие реагирует на изменения в макро- и микросреде и адаптируется к рыночным условиям. В результате их влияния оборот розничной торговли в последние годы снизился, что свидетельствует о снижении реальных доходов населения нашей страны.

Цель работы. Изучить возможности повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий.

Результаты исследования. В настоящее время розничные предприятия чаще всего занимают оборонительную позицию от угроз со стороны других игроков рынка и лишь немногие пытаются занять или сохранить лидирующие позиции в бизнесе. Одним из основных способов является использование инноваций.

Инновации требуют финансовых вложений, размер которых зависит от направлений инновационной деятельности, которые могут

позволить себе прибыльные бизнес-организации. В большинстве случаев целью финансовых вложений является получение дополнительной прибыли, поддержание существующего положения на рынке.

Для удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах применяются продуктовые инновации (предметные) и процессные инновации (технологические). В торговле инновации, чаще всего связаны с торговыми и технологическими процессами. Основными принципами инновационной политики являются: соответствие требованиям рынка и их эффективность, которая проявляется в росте объемов оборота и прибыли. В конечном счете, инвестиции в инновации в коммерческом бизнесе превращаются в полный контроль над торговыми и финансовыми потоками

Спектр технологий и оборудования, используемых в розничной торговле, широк, начиная от сканирования информации о товарах, внедрения электронных ценников, автоматизации логистических процессов и кассовых операций и т.д. Эти инновации широко распространены в крупных розничных сетях.

Примером инноваций последних лет является инновационный розничный проект "Магазин будущего", который в 2020 году был реализован X-5 Retail Group N.V. на базе сети "Перекресток". Этот проект уникален тем, что в нем нет кассиров и продавцов, а магазин работает на основе полного самообслуживания. Он использует инновационную технологию RFID для маркировки товаров радиометками, которые уникально идентифицируют каждый объект.

Покупатель выбирает товар, кладет его в корзину или пакет, а затем подходит к автоматизированной кассе самообслуживания, у которой нет транспортной ленты, но есть специальный сканер, установленный в люке, куда помещается корзина. Покупатель использует специальную одноразовую анонимную карточку, прикладывает ее к сканеру, и на экране отображается сумма покупки [1].

В отслеживании залежавшихся товаров помогают специальные полки, которые оснащены RFID-антеннами, встроенными в компьютерные системы магазинов. «Умными полки» становятся

благодаря бизнес-приложению, которые помечают товары с истекшим сроком годности ярко-красным цветом.

Одним из видов современного оборудования в магазинах является тележка с дисплеем, оснащенная навигационным устройством, которое позволяет подключиться к каталогу всех товаров в магазине и показать их местоположение. На дисплее вы можете прочитать подробную информацию о продукте, который планируете приобрести (производитель, состав, область применения, полезные свойства, способы приготовления и т.д.), а также найти подробную информацию о сопутствующих товарах для приобретенного продукта. Достоверная и своевременная информация о продукте дает покупателю возможность исключить ошибку при покупке нужного продукта, ориентируясь на здоровое питание и соблюдение срока годности.

Несмотря на важность решения многих проблем, связанных с внедрением рассматриваемой технологии (повышение качества обслуживания, соблюдение срока годности товаров, скорость и точность учета товаров, оптимизация поставок товаров, сокращение потерь товаров, эффективное управление запасами, сокращение персонала), у нее есть недостатки, которые мешают повсеместному внедрению:

- высокая стоимость приобретения и внедрения этого оборудования;
- в настоящее время невозможно оборудовать все товары электронными чипами;
- внедрение передовых технологий требует финансовых возможностей организации.

Внедрение инновационных технологий способствует более эффективному управлению запасами и поставками товаров. Запасы в магазине отслеживаются в режиме реального времени, так как склад получает сигнал о недостаточном количестве товаров на полках, когда оно падает до 30%.

Использование этой технологии уменьшает потерю товара из-за так называемого несанкционированного выноса товара из торгового зала, т.е. использование электронных чеков уменьшает потери товаров от краж.

Известно, что магазинная кража может привести к потере от 1% до 2% оборота. Магазины вынуждены вводить дополнительный контроль за покупателями, тем самым увеличивая затраты на рабочую силу [2].

Заключение. Для привлечения покупателей, роста товарооборота и сохранения уровня дохода бизнеса, розничным предприятиям необходимо использовать инновации. Однако не каждое предприятие может себе это позволить т.к. инновации требуют больших финансовых вложений.

Библиографический список:

1. Воронков А.В., Дегтярь О.Н., Наплекова Ю.А. Инновации как фактор повышения эффективности коммерческой деятельности розничной торговли // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2021. № 3 (88). С. 218-231.

2. Подопригора О.В. Инновации как стимулирующий фактор роста реализации продукции предприятий розничной торговли в условиях цифровизации // Вектор экономики. 2022. № 6 (72).

DEVELOPING INNOVATION IN RETAIL TRADE

Skakunova A.V

***Keywords:** innovations, retail trade, consumer goods, trade enterprises.*

The article discusses the possibilities of increasing the efficiency of commercial activities in retail trade in the organization of the sale of goods based on the introduction of innovations.