

ИННОВАЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ

Кузнецова А.А.

Магистрант,

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Москва, Россия

Максимова Е.Г.

Магистрант,

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Москва, Россия

Аннотация

Розничным сетям в современных условиях приходится адаптироваться к изменениям во внешней среде, тем самым развивая свои конкурентные преимущества. В статье приводится понятие инновации в розничной торговле и рассматриваются их сущность, основные компоненты и проблемный характер, а также рассматриваются последние инновации в розничной торговле и описываются полезные эффекты от внедрения.

Ключевые слова: розничные торговые сети, инновации, конкурентоспособность, самообслуживание, планировка торгового зала.

INNOVATIONS AND THEIR INFLUENCE ON RETAIL TRADING NETWORKS

Kuznetsova A.A.

master student,

Russian Economic University. G.V. Plekhanova

Moscow, Russia

Maksutova E.G.

master student,

Russian Economic University. G.V. Plekhanova

Abstract

Retail chains in modern conditions have to adapt to changes in the external environment, thereby developing their competitive advantages. In the article "The application of innovations in retailing and considering their essence, the main components and the problematic nature, and analyzes the latest innovations in retail and describes the useful effects from the introduction.

Keywords: retail trade networks, innovations, competitiveness, self-service, layout of the trading floor.

В современных условиях глобализации, высокой конкуренции, непрерывных и быстротечных изменений, розничным сетям необходимо подстраиваться под все изменения внешней и внутренней среды, используя различные методы, одним из основных методов является внедрение инноваций, которые способствуют выделению среди конкурентов .

Инновация - это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. [1]

Инновации рассматриваются как необходимый элемент в условиях конкурентной борьбы для успешной деятельности.

Розничная торговля на сегодняшний день является одной из ведущих отраслей и занимает важное место в российской экономике. На долю розничной торговли приходится наибольшая численность занятых в экономике (20,3%). [2]

В розничной торговле под инновациями следует понимать прибыльное использование нововведений в виде новых перспективных технологий, услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, коммерческого, финансового, административного или

инного характера, направленных на процесс совершенствования торговли. [3]

Главными компонентами инноваций, исходя из ее сущности, являются:

- 1) прибыль;
- 2) креативность;
- 3) стратегия;
- 4) реализация.

Обеспечение высоким качеством торговой деятельности в целом, в частности, процессов купли-продажи, товаров и торгового обслуживания, является главной задачей инноваций в розничной торговле.

Торговые инновации обладают рядом присущих им свойств, например, такие как:

- 1) новизна;
- 2) безопасность;
- 3) потенциальная ценность;
- 4) конкурентоспособность.

Инновации в зависимости от технологических параметров подразделяются на два вида:

- Продуктовые, данные инновации предусматривают создание нового продукта, комплектующего или материала.
- Процессные инновации основываются на новых методах организации производства, использование новых технологий.

Внедрение в розничную торговлю инновации приносит ряд преимуществ. Среди преимуществ можно выделить следующие:

- Повышение уровня работы персонала и создание благоприятных условий труда.
- Улучшение системы безопасности и энергосбережения.
- Совершенствование информационных систем для сокращения документооборота.
- Оптимизация торгового пространства и минимизирование затрат на содержание торгового оборудования.

- Создание эффективного доведения товаров до потребителя.

Тем самым внедрение инноваций позволяет облегчить деятельность сотрудников торговой организации и упростить процесс покупки для потребителей, что является плюсом для развития розничной торговли.

Внедрение инновационных технологий в розничной торговле позволяет организации эффективно функционировать и успешно развиваться в будущем, ориентируясь на запросы покупателей. Инновационные технологии позволяют организации использовать рациональнее и эффективнее программные продукты, торговое оборудование и торговые площади, создавая необходимые условия для повышения эффективности работы торговой организации и снижение затрат.

В настоящее время покупателю все труднее ориентироваться в ассортименте товаров за счет быстрого роста широты и глубины ассортимента торговых сетей. Конкуренция на рынке способствует нахождению новых эффективных методов снижения затрат и повышению уровню торгового обслуживания среди торговых сетей. Одним из решений данного вопроса является использование современных технологий в розничной сети.

Главными новиками в современной розничной торговле можно выделить, «Умные» тележки, электронные ценники, RFID-технологии, информационные товарные дисплеи.

«Умная» тележка - электронный сенсорный консультант на продуктовых тележках в супермаркетах [4]. «Умная» тележка позволяет редактировать и составлять списки продуктов, узнавать цену, свойства товаров, помогает покупателю ориентироваться в торговом зале, показывает в каком ряду и на какой полке лежит необходимый товар. Преимущества от внедрения данной технологии для покупателей в том, что они экономят время и силы, для розничных сетей преимущество в том, что позволяет собирать больше информации для маркетинговых исследований, узнавая точнее о потребительских предпочтениях, а для владельцев торговой сети это минимизирование затрат на персонал в зале и кассиров.

RFID (англ. Radio Frequency IDentification, радиочастотная идентификация) - это способ автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах, или RFID-метках. [5] Данная технология позволяет значительно снизить роль человеческого фактора в торговом зале и на складе, позволяя исключить ошибки.

Внедрение электронных ценников позволяет торговой сети снизить издержки обращения от потери товара, позволяет быстро и одновременно замены цен по всей торговой сети через компьютер, не обращаясь за помощью к сотруднику с просьбой замены в ручную отдельно каждого ценника, также на кассе и в учетной системе информация о цене актуальна. Электронные ценники также как и информационные товарные дисплеи, позволяют улучшить имидж торговой сети.

Все эти инновации уже применяются во многих зарубежных торговых сетях, таких как, Wal-Mart, Auchan, Carrefour, Metro Cash&Carry. Данные примеры демонстрируют, что при правильном и грамотном внедрении позволяет увеличить товарооборот торговой сети и снизить издержки.

Таким образом, в настоящее время в розничной торговле инновации находятся на этапе развития. Без внедрения инноваций торговые сети в современное время не смогут быстро реагировать на изменения во внешней и внутренней среде, следовательно перестанет удовлетворять спросы покупателей, тем самым приведет к потере рыночных позиций. Внедрение инноваций в торговую сеть несет ряд преимуществ, такие как, снижение издержек, привлечение новых клиентов, увеличение объемов продаж, выход на новые рынки, способствуя повышению эффективности деятельности торговой сети.

Библиографический список

1. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и инноваций - М.: «Филинь», 2015. – 516 с.

2. Кумар Н., Стенкамп Я.-Б., Марки торговых сетей. Новые конкуренты традиционных брендов. М.: Альпина Паблишер, 2012. 288 с.
3. Раицкий К. Экономика предприятия. - М.: ДИС, 2012. – 414 с.
4. Чармэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы. СПб.: Питер, 2013. 254 с.
5. Яненко М. Торговые марки в товарной политике фирмы. СПб.: Питер, 2015. 340 с.