**Инновационные технологии в розничных торговых сетях**

*Аннотация:* В статье раскрывается понятие инноваций в сфере розничной торговли. Рассматриваются наиболее популярные инновационные технологии, применяемые зарубежными торговыми компаниями. Приводятся примеры внедрения инноваций в розничные торговые сети Российской Федерации.

*Ключевые слова:* инновация, инновационная деятельность, инновационные технологии, розничная торговля, торговая сеть, обслуживание покупателей.

В настоящее время розничная торговля является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, для успешного существования которой необходимо постоянное совершенствование, внедрение инновационных технологий с целью оптимизации торгового процесса.

Основополагающим элементом инновационной деятельности является понятие «инновация», которое в широком смысле трактуется как единство процесса и результата практической реализации новшества, обеспечивающее качественный рост эффективности деятельности организации, и происходит от латинского слова «novatio» - обновление [2, c. 10].

Термин «инновация» впервые появился в научных исследованиях XIX века. В первоначальной трактовке он означал введение некоторых элементов одной культуры в другую [4, c. 7].

Под инновациями в розничной торговле понимается деятельность хозяйствующих субъектов по повышению качества торгового обслуживания потребителей, замене оборудования на более совершенные технические средства, сокращению издержек, улучшению результативности работы предприятия и увеличению эффективности торгово-технологического процесса в целом. Инновационные технологии на предприятиях розничной торговли дают возможность создавать новые инструменты по продажи товаров и оказанию услуг.

Применение инновационной деятельности в розничной торговле имеет следующие преимущества:

* увеличение пропускной способности покупателей;
* автоматическая идентификация товаров в группе;
* сокращение документооборота и снижение числа ошибок, связанных с человеческим фактором;
* минимизация затрат на оплату труда персонала и расходные материалы;
* оптимизация работы персонала.

На сегодняшний день происходит развитие традиционных предприятий розничной торговли, одним из примеров этого является повсеместное применение оплаты товаров и услуг при помощи систем мобильных платежей («Apple Pay», «Samsung Pay», «Google Pay»). Также быстрый темп развития набирает и торговля через Интернет, наиболее известными в России становятся следующие розничные интернет-платформы: «Wildberries», «Lamoda», «Ozon», «Amazon», «Aliexpress» и др.

Среди стационарных розничных предприятий большую популярность приобретают торговые сети, оказывающие большое влияние на торговлю и экономику страны в целом, именно поэтому инновационная деятельность должна развиваться в данном направлении.

В последнее время российские предприятия перенимают опыт зарубежных компаний в использовании инновационных решений. Начинается активное тестирование технических новшеств такими торговыми сетями, как «Пятёрочка», «Перекрёсток», «Лента», «Магнит», «Карусель» и др.

Наиболее часто применяемыми инновационными технологиями среди зарубежных торговых сетей являются «Умные» тележки для покупателей, RFID-метки на товарах, электронные ценники и кассы полной автоматизации (self-checkout) [1, с. 43].

«Умная» тележка представляет собой привычную для покупателей продуктовую тележку со встроенной системой навигации, которая дает возможность покупателю свободно ориентироваться в торговом зале, а также с сенсорным экраном, позволяющим работать с каталогом всех групп товаров, находящихся в магазине: определять их расположение, отображать цену и свойства товаров. Данная технология позволяет розничным сетям проводить маркетинговые исследования по изучению потребительских предпочтений.

RFID-метка (радиочастотная идентификация) применяется для автоматической идентификации нескольких групп товаров, находящихся в потребительской корзине. Метка представляет собой этикетку со встроенным микрочипом и антенной. При помощи радиометки отслеживается цепь движения товара от производителя к потребителю, информация о наличии продукции в торговом зале, а также контролируются сроки годности. RFID-метку достаточно сложно подделать, поэтому возможность контрафакта исключается.

Представленные выше технологии («умная» тележка и RFID-метка) были протестированы в супермаркете «Перекресток. Магазин будущего», открытого на базе сети магазинов «X5 Retail Group». На данный момент российские ретейлеры не применяют «умные» тележки в своей деятельности, это обусловлено тем, что многие торговые сети не готовы к использованию данной технологии, в связи с ее дороговизной. Но, следует отметить, что RFID-метки используются в крупных библиотеках для быстрого поиска какого-либо издания, а также применяются в качестве маркировок на меховые изделия.

Электронный ценник – это миниатюрный дисплей, который отражает цифровую и буквенную информацию о товаре (наименование, цена, масса, артикул, скидка). Суть данной инновационной технологии состоит в том, что управление актуальной информацией на ценниках происходит посредством центрального компьютера, с помощью которого обновление осуществляется мгновенно и без привлечения дополнительного персонала. Один из крупнейших российских ретейлеров «Магнит» не так давно начал применять данную инновационную технологию во многих своих гипермаркетах. Также электронные ценники протестировала розничная торговая сеть по продаже электроники и бытовой техники – «М. Видео».

Под кассой полной автоматизации (self-checkout) подразумевается система с отображающим информацию дисплеем, контрольно-измерительным прибором, сканером штрих-кода, устройством считывания кредитной карты и приемником валюты. Одна автоматическая касса экономит до 160 часов рабочего времени в месяц [1, с. 44-45]. В настоящее время данная технология является наиболее востребованной среди российских розничных торговых сетей «Карусель», «Перекресток», «Пятерочка», «Магнит». С 2018 года повсеместно начали применяться кассы самообслуживания системы TwinFlow в сети гипермаркетов «Лента» [3].

В современном мире происходит стремительное развитие науки и технологий, в связи с чем возможности развития инноваций в розничной торговле могут иметь достаточно широкое распространение. В перспективе ожидается появление биометрической оплаты посредством отпечатков пальцев, получение консультаций о товарах и совершение сделки с помощью голографических продавцов и роботов-ассистентов, трехмерное сканирование лазерным лучом покупателя для подбора оптимального размера одежды и обуви [1, с. 46].

Как упоминалось ранее, в 2012 году крупнейший розничный ретейлер X5 Retail Group объявил о запуске в Москве инновационного супермаркета «Перекресток. Магазин Будущего», концепция магазина заключалась в объединении технологических новшеств, применяющихся в обслуживании покупателей. Умный магазин был запущен в тестовом режиме, возможность совершать покупки имели только сотрудники корпорации, данный проект проработал почти 2 года и был закрыт в 2013 году.

По итогам эксперимента руководством ретейлера было сделано заявление о том, что комплекс нововведений доказал свою работоспособность, однако проблема заключается в договоренности с поставщиками о печати RFID-меток на упаковках при производстве товаров для обеспечения корректной работы магазина в обычном режиме.

В октябре 2018 года X5 Retail Group вновь объявил об открытии инновационного магазина – был запущен офис-лаборатория «X5 Lab». На базе привычного супермаркета «Пятёрочка» была запущена лаборатория для IT-специалистов, у которых появилась возможность контролировать внедрение технологий в торговую деятельность магазина.

На сегодняшний день в экспериментальной «Пятерочке» тестируются электронные ценники, видеоаналитика, умные полки (определяют с помощью светодиодов, остался ли товар), цифровые информационные панели, кассы для самостоятельного сканирования и оплаты покупок клиентами [3].

В ближайшее время корпорация планирует применять часть протестированных в лаборатории инноваций в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекресток» и «Карусель» с целью сокращения значительной части издержек.

Таким образом, обобщив все вышесказанное, можно сделать вывод, что российские ретейлеры проявляют большой интерес к различным инновационным решениям, о чем свидетельствует постепенное внедрение их в торговую деятельность крупнейших розничных торговых сетей.

Список использованной литературы:

1. Авдейчикова Е.В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт. М.: ИНФРА-М, 2016. - 302 с.

2. Данилина Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: Учебник для бакалавров. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К◦», 2019. - 208 с.

3. Ищенко Н. X5 открыла магазин-лабораторию для разработки инноваций. [Электронный ресурс] // Газета Ведомости. 2018. URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/10/11/783374-x5 (дата обращения: 17.05.2018).

4. Черникова И.В. Социальные инновации: учебное пособие. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2015. 185 с. Авдейчикова Е.В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт. М.: ИНФРА-М, 2016. - 302 с.

© А.В. Макарова, 2019

© А.С. Привалова, 2019

© Ю.А. Кочинов, 2019