

УДК 339.37.658.512

Т. Н. Львова, кандидат экономических наук  
Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА

*Рассматривается понятие инноваций в торговом бизнесе, их сущность, виды, ключевые компоненты и проблемный характер. Приводится пример последних инноваций в сфере торговли, описывается полезный эффект от их внедрения.*

**Ключевые слова:** инновации; инновационные технологии; торговый бизнес.

Новый технологический уклад в сфере бизнеса в различных отраслях деятельности создает возможности для разработки и внедрения технологических инноваций. Это объясняется тем, что представители сферы бизнеса могут создать потенциальные возможности для вложения денежных средств в разработку и использование технологических инноваций, что, в свою очередь, будет способствовать совершенствованию и повышению конкурентоспособности сфер бизнеса, в том числе торгового бизнеса [1, 2].

В рамках концепции технологических укладов инновации можно рассматривать как процесс и как результат. На уровне VI технологическогоклада, на наш взгляд, инновации должны рассматриваться как результат деятельности торгового бизнеса, позволяющие повысить конкурентоспособность торговых организаций. Следовательно, инновация рассматривается как конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

В настоящее время бурно развивается торговый бизнес: появление новых форматов магазинов, интеграция, создание торговых сетей на федеральном и ре-

гиональном уровнях, что усиливает конкуренцию и создает предпосылки для инновационной деятельности. Инновации становятся обязательным элементом торговой отрасли. Важным составляющим торгового предприятия является совершенствование технологии торговли, которая представляет собой совокупность работ, обеспечивающих реализацию торгового процесса наиболее рациональными способами в соответствии с реальными хозяйственными условиями.

Основная задача нововведений в торговом бизнесе призвана обеспечить высокое качество процесса купли-продажи и товародвижения, торгового обслуживания и торговой деятельности в целом. Очень важно внедрение технологий, позволяющих более эффективно использовать торговые площади, предупредив образование «холодных» зон: торгово-технологическое оборудование, программные продукты, а также создавать необходимые условия для роста производительности труда, снижения затрат и повышения эффективности торгового бизнеса в целом.

Существует достаточно подходов для классификации инноваций в торговле. Важно, чтобы признаки классификации отражали современные тенденции и отвечали требованиям рынка. Вариант обобщенной классификации инноваций в торговом бизнесе отражен в таблице.

### Классификация инноваций в торговом бизнесе

Признаки классификации	Виды инновационных решений	
По объекту инновационного развития	Новый товар	
	Новая услуга	
	Новый формат торговли	
По направлению развития торговой деятельности	Инновации оптовой торговли	
	Инновации розничной торговли	
По сфере возникновения относительно торговой организации	Экстернальные нововведения для торговой отрасли	Инновации на зарубежном рынке
		Инновации на внутреннем рынке
		Инновации внутри определенного торгового формата
	Интернальные нововведения для торгового предприятия	Торгово-технологические инновации (технологические)
		Маркетинговые инновации
В зависимости от степени непосредственного участия продавца	Организационно-управленческие инновации	
	Контактные	
	Бесконтактные	

Следует отметить, что инновации в торговом бизнесе имеют особенности:

– в торговле инновации в большей степени связаны с появлением новой, с изменением свойств уже

существующей услуги или технологии ее предоставления, в этом случае покупатели получают новую или дополнительную ценность услуги; большая часть инноваций в оптовой и розничной торговле

появляется не как результат НИОКР, а как результат конкурентного анализа и бенчмаркинга;

- на торговых предприятиях внедряются новшества, связанные с появлением новых элементов торгово-технологического процесса или маркетинга (например, полностью автоматизированные узлы расчета);

- в сфере торговой отрасли создаются и внедряются инновации как созданные в самой отрасли (категорийный менеджмент), так и в других отраслях (автоматизация информационного потока);

- значительная часть инноваций в торговле является своего рода заимствованием зарубежного опыта (технология мерчендайзинга).

Внедрение инноваций в торговый бизнес позволяет:

- обеспечить эффективность и качество процесса товароснабжения и товародвижения;

- минимизировать затраты и сократить потери при использовании торговых и складских площадей, торгового оборудования;

- внедрять современные информационные технологии в целях сокращения документооборота, быст-

роты передачи информации, сведения к минимуму ошибок при обработке информации;

- создать необходимые условия труда для персонала в целях повышения его производительности и культуры обслуживания;

- сократить товарные потери, создать системы безопасности и энергосбережения;

- осуществить перестройку торговых процессов, преобразовать формы и методы торговли.

В современных условиях хозяйствования торговый бизнес просто обязан быстро адаптироваться ко всем происходящим изменениям и использовать последние в целях реализации своих конкурентных преимуществ и дальнейшего развития.

Основное внимание в сфере торгового бизнеса уделяется торгово-технологическим или технологическим инновациям, что связано с освоением новых или значительно усовершенствованных способов продаж, изменения в оборудовании или организации торговых процессов. Основные виды технологических инноваций отражены на рис. 1.

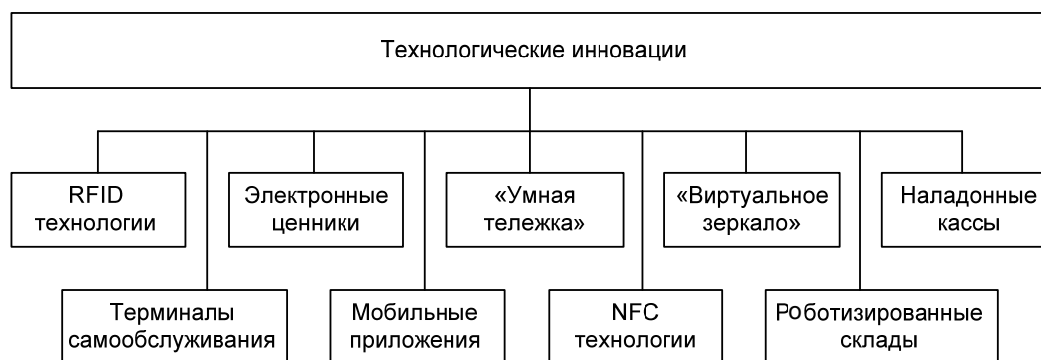


Рис. 1. Технологические инновации

Для контроля материального потока, проходящего через предприятия оптовой и розничной торговли, предлагается использовать *RFID*-технологии, т. е. способ автоматической идентификации объектов (товарных единиц), где посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в *RFID*-метках (транспордерах). Данная технология позволяет одновременно проводить учет и контроль перемещения нескольких десятков единиц товара, что значительно снижает роль человеческого фактора в осуществлении перевалочных операций в магазинах и на складах. Происходит полная замена штрихового кодирования со всеми его функциями, появляется возможность бесконтактного дистанционного считывания и исключается возможность ошибок в обработке материального потока.

В торговых залах магазинов находят свое применение электронные ценники, что исключает работу персонала по переклеиванию бумажных ценников. На электронных ценниках может указываться название товара, цены, штриховые коды, дата поступления товара и его пищевая ценность, а также всевозможные акции. В сетевой торговле данная технология позволяет одновременно произвести замены цен по всем магазинам.

В магазинах формата супермаркет и гипермаркет используются «умные тележки» – электронный сенсорный консультант, устройство с сенсорным экраном, показывающее информацию о любом товаре, продающемся в данном формате. Кроме того, тележки могут иметь считывающие (сканирующие) устройства для определения стоимости товара, всей покупки и расчета через пластиковую карту. Эта технология ускоряет процесс обслуживания и реализует принцип самообслуживания, что существенно мотивирует покупателей.

Наиболее интересной инновацией в торговом бизнесе является «виртуальное зеркало», которое позволяет «примерить» косметику, не нанося ее на лицо и одежду, не надевая ее на покупателя. Принцип работы данной технологии состоит в том, что специальные камеры фотографируют лицо или фигуру человека, штрих-код «примеряемой» косметики или одежды считывается сканером, затем зеркало показывает, как будут выглядеть макияж на лице или одежда на фигуре человека. Зеркало может показать фотографию до использования определенного продукта и после него. Программа учитывает различные параметры человека: цвет кожи и глаз, особенности фигуры, освещение, может выдать рекомендации.

Наряду с технологическими инновациями в торговом бизнесе успешно используются организационно-управленческие инновации, основанные на инновационных приемах менеджмента. На наш взгляд,

пять основных инноваций могут с эффективностью использоваться в практике отечественных торговых организаций (рис. 2).



Рис. 2. Организационно-управленческие инновации

*Бенчмаркетинг* – методика сопоставления эффективности хозяйственной деятельности исследуемой компании и компании, являющейся лидером в данной отрасли. Это позволяет:

- установить цели, соответствующие направлениям развития наиболее успешных конкурентов;
- стимулирует руководство к достижению более высоких показателей эффективности функционирования компании;
- меняет культуру организации.

*Инжиниринг* – процесс усовершенствования бизнеса, т. е. набор приемов и методик, которые используются организацией для проектирования бизнеса в соответствии с поставленными целями.

*Реинжиниринг* – перепроектирование бизнес-процессов для достижения значительного, скачкообразного улучшения деятельности, целостное и системное моделирование и реорганизация материальных, финансовых и информационных потоков, направленное на повышение уровня конкурентоспособности торгового бизнеса.

*Мэрджер* – поглощение одной фирмы другой фирмой, что позволяет реализовать активную стратегию коммерческой деятельности торговой организации.

*Аутсорсинг* – привлечение внешних ресурсов для решения внутренних проблем торгового бизнеса, т. е. передача части функций третьим лицам по договору возмездного оказания услуг, что позволяет торговым организациям снизить издержки и при-

обрести товары и услуги по наиболее эффективным вариантам.

По мнению ряда авторов [3], исследования в области инноваций в сфере торгового бизнеса показывают, что ожидаются еще более прогрессивные и кардинальные изменения, связанные с появлением и внедрением новых технологий и процессов, в частности: биометрическая оплата посредством отпечатков пальцев, получение консультации о товарах и совершение сделок с помощью голографических продавцов и трехмерное сканирование покупателя для подбора оптимального размера одежды и обуви.

На наш взгляд, все изменения и нововведения будут происходить, в первую очередь, на информационной основе, для чего потребуется построение соответствующей инфраструктуры, т. е. сетевой основы обработки данных и программного обеспечения, а также подготовки высококвалифицированных специалистов в области торгового бизнеса.

#### Библиографические ссылки

1. Мельник О. Магазин будущего: смена технологий // Новости торговли. – 2014. – № 11 – С. 50–51.
2. Пигунова О. В. Инновации в торговле. – М. : Высш. шк., 2012. – 224 с.
3. Савенкова И. В., Нефедова Е. А., Божко Т. В. Инновации в торговом процессе ритейла // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 4. – URL: <http://wed.snauka.ru/issus> (дата обращения: 28.11.2017).

T. N. Lvova, PhD in Economics  
Kalashnikov Izhevsk State Technical University

#### TECHNOLOGICAL INNOVATIONS AS THE FACTOR OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF TRADING BUSINESS

In the clause the concept of innovations of trading business, their essence, kinds, key components and problem character is considered. To be resulted an example of last innovations in trade sphere, the useful effect from their introduction is described.

**Keywords:** innovations; innovative technologies; trading business.