На сегодняшнем этапе актуальность приобретают инновационные формы развития, а в частности инернет-торговля. Высокий уровень конкуренции, быстрые темпы развития информационных технологий требуют от отечественных ритейлеров использование инновационных форм организации торговли и применения более эффективных технологий. Основными технологиями развития и укрепления торговых сетей становится внедрение в оптовую торговлю, установление прямых связей с производителями товаров, диверсификация форматов торговли, вложение в брендинг и маркетинговые исследования, покупка собственных сетевых торговых марок. Использование собственных торговых марок дает розничным сетям существенные преимущества - значительно большие, чем использование карточек постоянных клиентов и систем накопительных скидок, и применение позволяет снизить издержки и цены на товары, оптимизировать и стабилизировать систему поставок товаров. За счет использования сетевых торговых марок и современных методов АСУ продажами розничные предприятия получают возможности более мобильно реагировать на постоянно изменяющиеся потребности покупателей, подстраиваться под потребности того сегмента, который является ключевым для розничной торговой сети.

Все чаще руководители сетей отмечают, что сегодня одной из наиболее перспективных стратегий привлечения покупателей является не снижение цен и расширение ассортимента, а инновационный концепт формата магазина будущего.

К инновациям в сфере торговли можно отнести следующие:

1. «умные тележки» покупателей
2. Информационные товарные дисплеи
3. Электронные ценники
4. RFID-технологии (радиочастотная идентификация)

Эти технологии уже работают в современных супермаркетах Wal-Mart, Metro, Careffour, Aushan и другие компании. Их использование показывает возможность снизить издержки и увеличить товарооборот.

Современные технологии можно разделить на два направления:

1. Технологии для оптимизации бизнеса;
2. Технологии для повышения лояльности покупателей.

По расчетам специалистов, внедрение этих технологий способствует росту выручки на 20% в год.

Технологии для оптимизации бизнеса дают возможность минимизировать издержки и повысить эффективность работы торгового предприятия. Технологии для повышения лояльности покупателей способствуют максимальному пониманию рынка и каждого покупателя: его вкусов, социального статуса, материального положения. Рассмотрим преимущества внедрения технологий в деятельность российских торговых предприятий на рисунке.1.

Уменьшение очередей. Исключение ошибок в ценах и весе при расчете. Упрощение процедуры расчета

Электронный ценник

Цены товаров в торговом зале и на кассе совпадают в любой момент времени.

Возможность получать дополнительную информацию о товаре

Умная тележка

Позволяет составлять и редактировать списки продуктов. Избавляет от спонтанных покупок. Позволяет изучать цену и свойства товаров. Ориентирует покупателя в торговом зале

Кассовый терминал seif-checkout (без кассира)

RFID-технология

Быстрое обслуживание. Отсутствие очередей. Возможность участия в дисконтных и бонусных программах

Рисунок 1 Преимущества для покупателей использования новых технологий в розничных торговых сетях России

Рассмотрим преимущества и недостатки для предприятий торговли по таблице 1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки использования новых технологий для розничных торговых предприятий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Технология | Преимущества | | Недостатки | |
| 1 | 2 | | 3 | |
| Электронный ценник | Автоматизирован процесс изменения цен.  Возможность осуществлять гибкую ценовую политику.  Привлечение внимания покупателей Возможность мгновенной реализации промоакций | | Высокая цена  Необходимость прямой видимости приемника | |
|  | | Повышенье степени лояльности покупателей и качества их обслуживания  Снижение операционных расходов, связанных с печатью и заменой бумажных ценников  Жестко крепятся на полку и не дают персоналу отклониться от планограммы | |  |
| Умная тележка | | Повышение степени лояльности покупателей и качества обслуживания. Возможность проведения маркетингового анализа потребительских предпочтений. Возможность снизить затраты на консультантов и кассиров | | Высокая цена. Избавляет покупателей от спонтанных покупок |
| Кассовый терминал seif-checkout (без  кассира) | | Сокращение потерь от различного рода мошеннических действий. Снижение издержек на содержание персонала. Ускорение темпов обслуживания покупателей. Повышение степени лояльности покупателей и качества их обслуживания. повышение производительности предприятия. Оборудование во время невысоких нагрузок может использоваться в других местах | | Высока цена. Длительный срок окупаемости. Сложности с продажей алкоголя, табака несовершеннолетним, а также в ночное время. |
| RFID-технология | | Улучшение логистики товаров в торговых залах. Отслеживание сроков годности каждой единицы товара и мгновенное получение информации о количестве и составе товаров на полке. Позволяет снизить затраты на кассиров, охранников, промоутеров, контролеров. Получение большого количества информации о предпочтениях. исключение человеческого фактора. Снижение ущерба от злоупотребления персонала. Идентификация может проводится считывающим оборудованием одновременно для разных групп товаров. Для считывания товар может и не находится в пределах прямой видимости. Устойчивость к воздействию окружающей среды. Высокая степень защиты. интеллектуальность. | | Высока цена. Метки плохо читаются с металлических поверхностей и емкостей с жидкостями, с товаров завернутых в фольгу. Уязвимость к воздействию электромагнитных помех. Нужно размещать метку на каждом товаре. Нужно обеспечить невозможность удаления метки злоумышленниками. Нужно переоборудование торгового зала |

Посетив однажды магазин, оборудованный умными тележками, где не нужно стоять в очереди в кассу, где деньги безошибочно списываются с банковского счета, покупатель вряд ли захочет идти в обычный магазин. Это будет способствовать изменению потребительских предпочтений, будет способствовать внедрению новых технологий предприятиями сетевого ритейла. Компания «Роснано» совместно Х5 групп намеревается в 2013 г. запустить в Москве первый пилотный проект «магазин будущего», позже его открытие было перенесено на 2016 г. До массового ввода данных технологий, по мнению экспертам, пройдет 5-10 лет. При внедрении этого проекта Х5 групп может сэкономить 500-600 млн. долл.