

Тимаев Роман Иванович
Всероссийская Академия внешней торговли

Развитие организационных и технологических инноваций в современном ритейле

Аннотация. В современном, динамично меняющемся мире наибольшую роль в повышении конкуренции играют не столько финансовые показатели деятельности компании – выручка и прибыль, сколько использование передовых инновационных решений. В статье рассмотрены основные направления развития организационных и технологических инноваций в современном ритейле, представлена их классификация. Проведен сравнительный анализ инновационной деятельности двух крупных ритейлеров в Российской Федерации. По результатам анализа автором сделан вывод о важности внедрения инноваций в повышении конкурентоспособности компании и усилении ее позиций на рынке.

Ключевые слова: организационные и технологические инновации, ритейл, конкурентоспособность торговых компаний

Timaev Roman Ivanovich
All-Russian Academy of Foreign Trade

Development of organizational and technological innovations in modern retail

Abstract. In the modern, dynamically changing world, the greatest role in increasing competition is played not so much by the financial performance of the company – revenue and profit, as by the use of advanced innovative solutions. The article considers the main directions of development of organizational and technological innovations in modern retail, and presents their classification. A comparative analysis of the innovative activities of two large retailers in the Russian Federation is carried out. Based on the results of the analysis, the author concludes that it is important to introduce innovations in increasing the competitiveness of the company and strengthening its position in the market.

Keywords: organizational and technological innovations, retail, competitiveness of trading companies

Введение. Лидерство в современном ритейле связано не столько с ростом объемов продаж или ростом прибыли компаний, сколько с внедрением инноваций в их деятельность, способствующих росту конкурентоспособности и обеспечивающих лидирующие позиции в инновационном развитии. Современное инновационное развитие характеризуется быстротой смены инноваций, что побуждает участников рынка стремиться к совершенствованию и лидерству в инновациях. Залогом успешного развития любого розничного бизнеса сегодня является ориентация на быстро меняющиеся запросы потребителей, связанные с использованием цифровых технологий, делающие процесс покупок удобнее, проще и прозрачнее.

Цель исследования: рассмотреть основные направления развития организационных и технологических инноваций в современном ритейле, выявить роль инновационной деятельности торговых компаний в росте их конкурентоспособности. Для достижения

поставленной цели в исследовании решаются задачи: изучение основных тенденций в развитии инноваций в ритейле; разработка классификации инноваций в ритейле; проведение сравнительного анализа деятельности ритейлеров на рынке и определение зависимости результатов их финансово-хозяйственной деятельности от их инновационной активности.

Методы исследования. В процессе проведения исследования использовались методы изучения практики инновационной деятельности торговых компаний, обработки и анализа статистических данных: группировка, сравнение, графический метод, абсолютные и относительные показатели.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в обосновании необходимости активного внедрения организационных и технологических инноваций в деятельность ритейлеров для повышения их конкурентоспособности и роста эффективности деятельности.

Основная часть. Розничная торговля является важным сектором экономики государства, оборот розничной торговли составляет около 27% к ВВП России. Доля ритейла в розничной торговле за последнее десятилетие существенно выросла с 22% в 2013г. до почти 40% в 2023г. [7] Несмотря на динамичное развитие розничной торговли и ритейла в экономике государства, они сталкиваются с серьезными проблемами, связанными с введением ограничений и санкций, сложностями с доступом к новым технологиям и кредитным ресурсам для их приобретения и внедрения. В связи с этим, российские ритейлеры для обеспечения устойчивого развития должны стимулировать собственные инновационные разработки и внедрять их в свою деятельность.

Технологические инновации в ритейле, прежде всего, направлены на потребности покупателей, они связаны с повышением удовлетворенности покупателей процессом покупки: внедрение технологий самообслуживания, технологий онлайн оплаты товаров, использование различных программ лояльности для клиентов, которые учитывают особенности их потребления, использование различных форматов онлайн торговли через мобильные приложения, социальные сети или электронная коммерция и другие технологии.

Использование в ритейле такого рода инноваций предполагает развитие и технологий искусственного интеллекта и технологий обработки большого массива данных – BigData. Использование таких технологий позволяет более точно учитывать покупательские предпочтения и формировать наиболее востребованные предложения в области ассортимента и сервиса для своих покупателей [5, 8, 9].

Драйвером инновационного развития в ритейле сегодня является внедрение технологий искусственного интеллекта. Среднегодовой прирост инвестиций в ИИ-решения в торговле составляет более 30% за последние 5 лет. Использование технологий искусственного интеллекта позволяет снизить расходы ритейлеров за счет сокращения непроизводительных операций и получить значительную экономию. Популярность технологий искусственного интеллекта среди ритейлеров высока, с 2016г. число торговых компаний, использующих ИИ-решения в своей деятельности, увеличилось в 7 раз [9].

Перспективными решениями в сфере ИИ-технологий являются:

- персонализированный маркетинг – данная технология предполагает сбор данных о покупателях в режиме реального времени, что дает ритейлерам возможность быстро реагировать на потребности потребителей и делать им привлекательные предложения;

- автоматизация операционных процессов – использование программных продуктов, позволяющих прогнозировать ассортимент и объем закупок в зависимости от прогноза продаж; возможности автоматизации ценообразования и т.д.;

- многоканальное управление данными дает возможность разрабатывать различные коммуникационные стратегии и оптимизировать ресурсы в различных каналах продаж;

- система, которая предполагает использование искусственного интеллекта для формирования персонализированных предложений покупателям – продукт как услуга.

Новые технологии для онлайн ритейла [10].

Темпы роста инвестиций в сферу e-commerce имеют тенденцию к снижению, однако отдельные технологии имеют высокий спрос со стороны торговых компаний, прежде всего, технологии, позволяющие преобразовать опыт офлайн продаж в цифровой. В этой сфере наиболее перспективными являются следующие инновационные технологии:

- голосовые помощники – технология позволяет с помощью голосовых сообщений ориентировать покупателей по сайту во время онлайн покупок;

- AR- / VR-технологии для создания 3D-моделей продуктов - данная технология предоставляет возможность увидеть товар в объемном виде, что позволяет повысить вероятность положительного решения в пользу покупки;

- live-streaming платформы – с помощью данной технологии торговые компании имеют возможность презентовать свои товары и рассказать о своей компании, что положительно отражается на склонности приобрести товары;

- FinTech в ритейле - технологии интегрированных финансовых инструментов, позволяющих оплачивать покупки в любом канале продаж;

- торговля в социальных сетях – ритейлеры начинают использовать социальные сети для продажи своих товаров, некоторые крупные социальные сети создают собственные маркетплейсы, например Whatsapp Business, Вк - маркетплейс для AlieExpress на платформе VK Mini Apps, Facebook Shop, Shopify в TikToke.

Новые технологии и форматы для офлайн магазинов [11].

В офлайн-торговле использование инновационных технологий имеет целью, прежде всего, снижение затрат и повышение операционной эффективности торговли, а также повышение безопасности среды и обеспечение необходимых обязательных требований санитарных норм, продолжительности обслуживания и регулирование количества людей в магазинах.

Наиболее перспективными направлениями в этой сфере являются:

- технологии автоматического обновления ценников на товары, анализа наполненности полок необходимыми товарами повышают эффективность процесса выкладки товаров – «умные полки»;

- технологии отслеживания местоположения покупателей – геолокационные сервисы – помогают эффективно строить рекламные кампании по определенным адресам, а также управлять очередями;

- внедрение систем Check&Go позволяет осуществлять оплату товаров через мобильные приложения;

- технологии видеонаблюдения – смарт-камеры – способны отслеживать товары, выбранные покупателями;

- возможность бесконтактной покупки через мобильный телефон, система бесконтактного открывания двери используются в «умных» торговых автоматах, в них же встроены системы отслеживания наличия остатков товара – системы телеметрии.

Технологии в сфере доставки и логистики [11].

Технологии, которые позволяют обеспечивать доставку быстро, точно в срок и по запросу – сервисы «последняя миля», а также технологии, обеспечивающие гибкость логистики и быстрой перестройки цепочек поставок. Инвестиции в логистику растут наиболее быстрыми темпами.

Перспективными предложениями в этой сфере являются:

- организация сети распределительных складов в различных точках территории обслуживания, использование технологий искусственного интеллекта для управления и оптимизации цепочек поставок – сервисы «последняя миля»;

- работа сети микро-распределительных центров на принципах аренды точек повышает гибкость и скорость доставок товаров – «склады по запросу»;

- сервис доставки продуктов питания – особенно популярный в период пандемии не потерял актуальность и сегодня, в борьбе за клиентов сервисы доставки обеспечивают быструю доставку с использованием уникальных сервисов;

- роботизация доставок – использование роботов для сборки заказов (роботизированные складские комплексы) и доставки товаров на небольшие расстояния (сервис «последняя миля»).

Изучение основных направлений развития инноваций в современном ритейле позволяет сформировать классификацию инноваций в ритейле, представленную на рисунке 1.

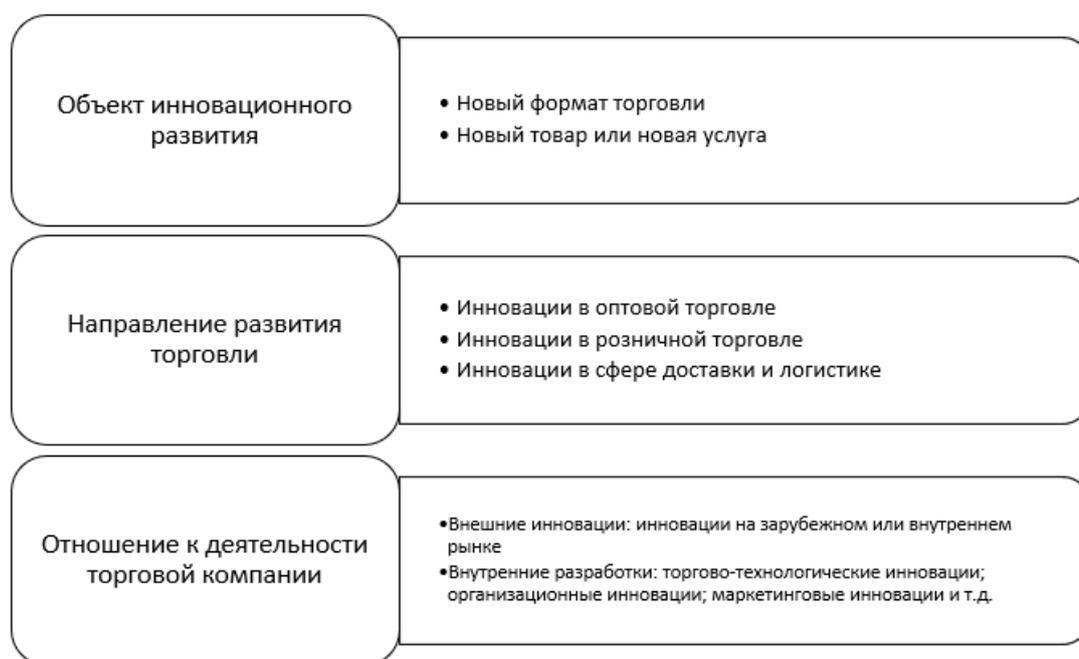


Рисунок 1. - Классификация инноваций в ритейле

На рисунке 2 представлена систематизация основных видов инновационных решений в современном ритейле.

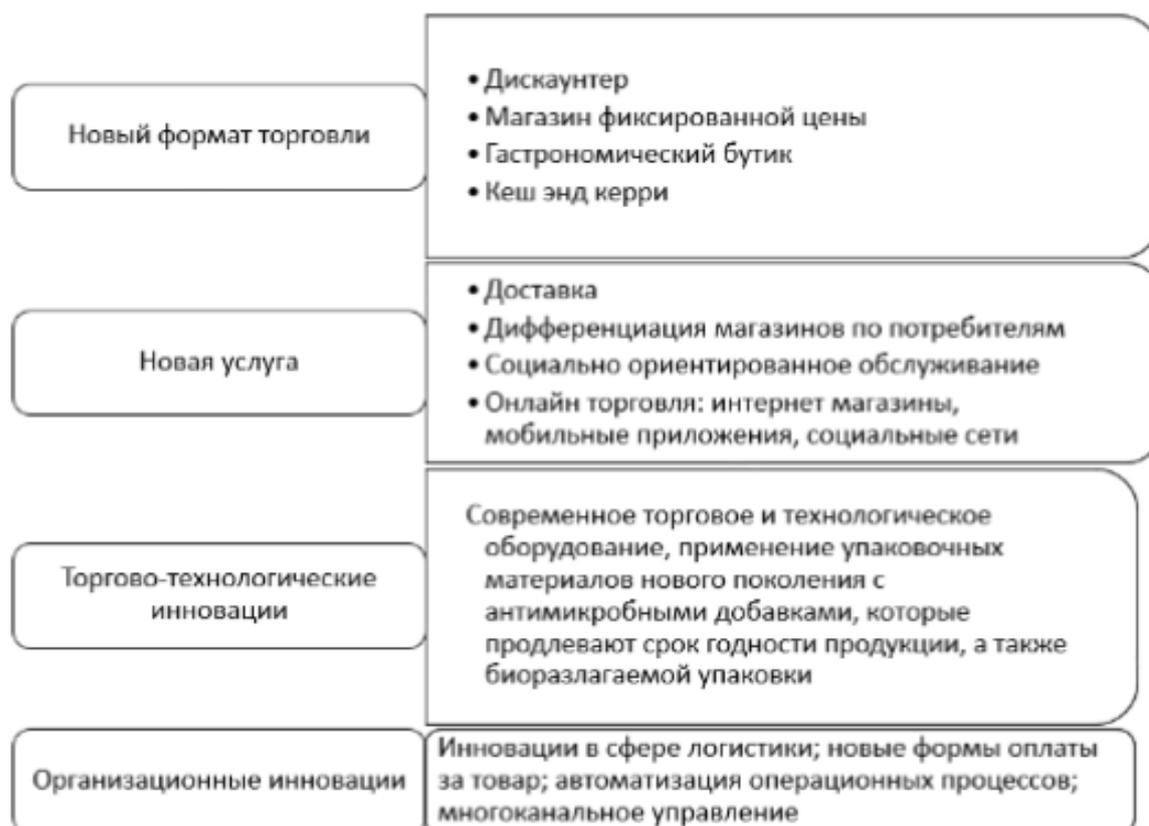


Рисунок 2. – Основные виды инновационных решений в ритейле

Проведем сравнительный анализ инновационной деятельности и практики внедрения организационных и технологических инноваций на примере двух крупных торговых компаний России - X5 Group и Магнит.

Компании X5 Group и Магнит являются лидерами российского розничного рынка, однако деятельность данных компаний существенно различается по стратегии и организации – внутреннему корпоративному устройству.

X5 Group была создана в результате слияний и поглощений других компаний, что предопределило организационную структуру управления – преимущественно горизонтальные организационные структуры управления. В то время как у компании Магнит изначально сформировалась вертикальная структура управления и высокая зависимость от единоличных решений.

Такая ситуация привела к тому, что долгое время компания Магнит была изолирована от внешних инноваций, прежде всего от решений в сфере искусственного интеллекта, поскольку не было новых идей и ресурсов для разработки новых решений. Понимание этой проблемы привело к изменению в организационной структуре управления компанией, снизив приоритет единоличного управления.

Обе компании используют практически идентичный набор форматов торговли – гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома. X5 Group первым начал использовать онлайн формат торговли.

По отношению к технологиям у X5 Group и Магнит используют различные подходы к внедрению новых технологий. Компания X5 Group активно осуществляет поиск новых технологий и прорабатывает их внедрение на рынке, используя разные методы – и собственные разработки инноваций, и заимствование на внешнем рынке, поиск и

приглашение команд, внедряющих инновационные проекты, использует решения сторонних вендеров.

Все из вышеназванных направлений инновационного развития ритейла требуют существенных затрат финансовых, материальных и временных ресурсов. Более эффективно осуществлять поиск необходимых на данный момент ритейлерам инноваций, а также внедрять их в свою деятельность возможно с использованием такого элемента инфраструктуры инноваций, как партнерства или коллаборации.

Формат стратегического партнерства торговых сетей и производителей товаров обладает большим потенциалом. Совместные проекты по планированию объемов производства и создание производств конкретных товаров для определенных покупателей, выход на рынок новых товаров и их продвижение, эффективное управление продажами в интересах покупателей и продавцов являются формами реализации стратегических партнерств или коллабораций [5].

Магнит преимущественно разрабатывает инновационные решения самостоятельно, реализуя и апробируя пилотные проекты, инновационные решения извне внедряются мало.

Такая ситуация привела к тому, что компания X5 Group совершила серьезный технологический прорыв, особенно в цифровой трансформации торговли, что существенно повысило конкурентоспособность компании на розничном рынке. Данный вывод можно сделать и по результатам анализа основных финансовых показателей деятельности компаний и их динамики.

В таблице 1 представлены показатели деятельности X5 Group и Магнит по итогам 1 полугодия 2024г. [6]

Таблица 1. – Показатели деятельности компаний X5 Group и Магнит за 1 полугодие 2024г.

| Показатели | X5 Group | Магнит |
|--------------------------------------|----------|--------|
| Кол-во магазинов на 30.06.2024 | 25466 | 30109 |
| Торговая площадь, млн м ² | 10,54 | 10,38 |
| Розничная выручка, млрд рублей | 1842,5 | 1448,5 |
| Средний чек, рублей | 535,3 | 440,0 |
| Чистая прибыль, млрд.рублей | 53,6 | 17,5 |
| Рентабельность по EBITDA, % | 10,8 | 9,2 |

На рисунке 3 показаны основные финансовые результаты деятельности компаний по итогам 1 полугодия 2024г.

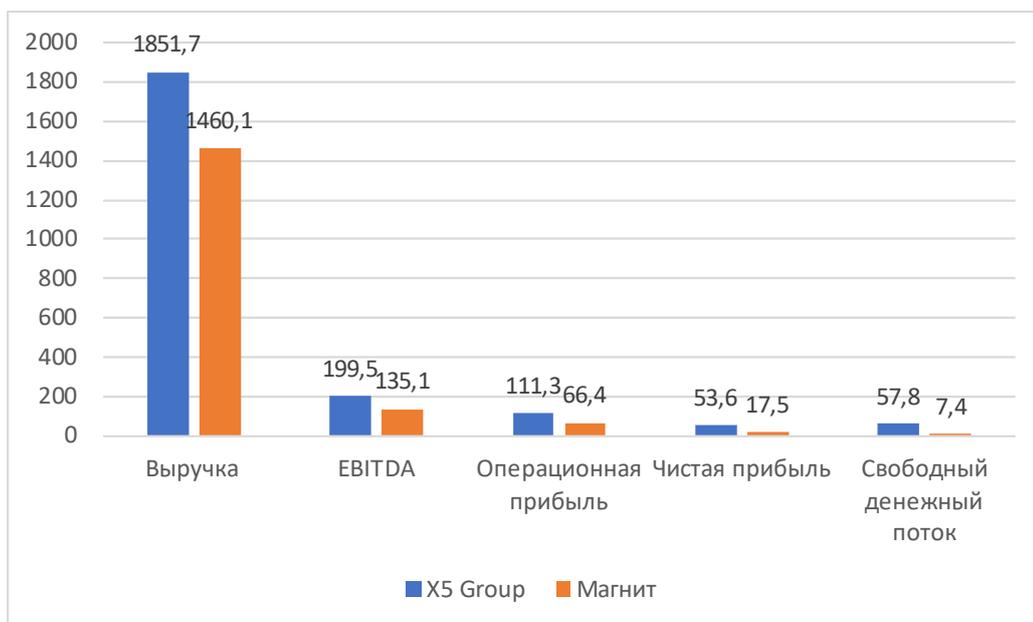


Рисунок 3. – Основные финансовые показатели деятельности компаний X5 Group и Магнит по итогам 1 полугодия 2024г, млрд.руб.

На рисунке 4 представлена динамика основных финансовых показателей X5 Group и Магнит в сравнении с 1 полугодием 2023г.

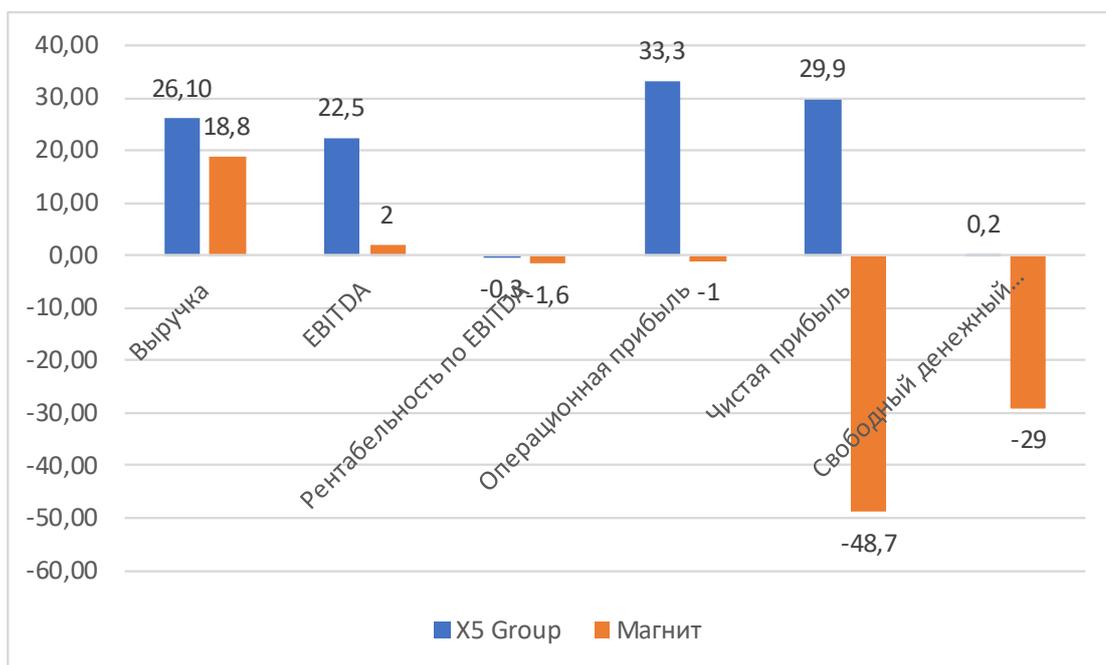


Рисунок 4. –Динамика основных финансовых показателей деятельности компаний X5 Group и Магнит по итогам 1 полугодия 2024г. в сравнении с 1 полугодием 2023г., %.

Как видно из рисунка 3, компания X5 Group имеет более высокие финансовые показатели по сравнению с компанией Магнит, также и рентабельность деятельности у компании X5 Group выше – 10,8% по сравнению с 9,2% у компании Магнит.

Анализ динамики основных финансовых показателей двух ритейлеров также свидетельствует о преимуществе X5 Group – в основном все показатели имеют положительную динамику, лишь рентабельность по EBITDA несколько снизилась в 1 полугодии 2024 года по сравнению с 2023г., в то время как у Магнита показатели операционной прибыли, чистой прибыли и свободного денежного потока показывают отрицательную динамику.

Ситуация в экономике и на рынке розничной торговли в 2024г. остается достаточно сложной – высокие темпы инфляции и проблемы с обеспечением высококвалифицированными кадрами приводят к существенному росту издержек. Поэтому положительная динамика показателей финансовых результатов в X5 Group свидетельствует об эффективном управлении деятельностью компании, подтверждая свое лидерство на рынке ритейла и в инновациях.

Выводы: В сложных условиях нарастания кризисных явлений в экономике – роста инфляции и роста кадрового голода, эффективное развитие торговых компаний все больше зависит от внедрения организационных и технологических инноваций, имеющих следствием решение кадровых проблем и снижение издержек. Именно инновационное развитие является основным фактором, способствующим занятию лидерства в современном ритейле. Залогом успешного развития любого розничного бизнеса сегодня является ориентация на быстро меняющиеся запросы потребителей, связанные с использованием цифровых технологий, делающие процесс покупок удобнее, проще и прозрачнее. Проведенный сравнительный анализ основных показателей деятельности двух компаний - X5 Group и Магнит подтвердил вывод о важности инновационного развития в обеспечении лидерства на рынке ритейла.

Список источников

1. Алексеев А.А. Современный продуктовый ритейл: анализ проблем управления маркетинговыми коммуникациями // *Фундаментальные исследования*. 2022. №8. С. 7-12.
2. Гудз Н.А., Кондратьев Э.В. Восстанавливаем целостность системы управления: цепочка "производство - ритейл" // *Методы менеджмента качества*. 2023. №3. С. 36-41.
3. Жуковская И.Ф. Ритейл 4.0: розничная торговля в цифровом мире // *Modern Economy Success*. 2023. №1. С. 325-331.
4. Жуковская И.Ф. Российский ритейл в условиях санкционного давления: проблемы и возможности // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2024. № 3-2. С. 198-203.
5. Киселева О.В. Тимаев Р.И. Инновационная модель трансформации каналов продаж в современном ритейле / О.В. Киселева, Р.И. Тимаев // *Международный научно-исследовательский журнал*. — 2024. — №10 (148). — URL: <https://research-journal.org/archive/10-148-2024-october/10.60797/IRJ.2024.148.38> (дата обращения: 30.10.2024). — DOI: 10.60797/IRJ.2024.148.38
6. Результаты продуктового ритейлера: кто был лучшим в первом полугодии 2024 года // [Электронный ресурс] // URL:<https://journal.tinkoff.ru/rus-retail-1h2024/> (дата обращения 30.10.2024)
7. Розничная торговля и общественное питание. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (дата обращения 30.10.2024)
8. Тарасова Е.Е., Матузенко Е.В., Глазунова О.А. Продуктовый ритейл в

России: особенности функционирования и направления развития // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2023. № 4 (101). С. 177-188

9. Цветкова О.Н. Анализ использования искусственного интеллекта в российских ритейл-компаниях // Самоуправление. 2023. № 5 (138). С. 315-318.

10. Цифровая трансформация ритейла // Исследования AWG при грантовой поддержке Фонда «Сколково». 2021. URL: <https://www.awg.ru/services/tsifrovayaatransformatsiya-riteyla/> (дата обращения 30.10.2024)

11. 5 tech trends for marketers to watch in 2023 // <https://www.emarketer.com/content/5-tech-trends-marketers-watch-2023> // (дата обращения 30.10.2024)

Информация об авторе

ТИМАЕВ РОМАН ИВАНОВИЧ, аспирант, ФГБОУ ВО «Всероссийская Академия внешней торговли» Министерства экономического развития Российской Федерации, г. Москва, Россия

Information about the author

TIMAEV ROMAN IVANOVICH, Postgraduate student, All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, Moscow, Russia