

## СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В РИТЕЙЛЕ

Александрина В.Б. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – к.э.н., ординарный доцент Силакова Л.В.  
(Университет ИТМО)

В данном докладе рассмотрены различные технологические инновации, которые могут быть использованы представителями розничной торговли, а также пути адаптации технологических инноваций по принципу типологии основных задач, стоящих перед ритейлерами, и направлениям деятельности подразделений торговых сетей.

**Введение.** Рынок розничной торговли было принято считать достаточно консервативным. Еще десять лет назад цикл технологических изменений в сфере ритейла составлял порядка 7-12 лет. Сегодня ритейлеры пересматривают свои стратегии. Технологические инновации оказывают существенное влияние на розничную торговлю, изменяя привычный уклад, привнося как новые перспективы развития, так и сопутствующие быстрым переменам проблемы. Потребители принимают решения о покупке, обладая полным спектром информации и получая все более персонализированные и выгодные предложения, быстрое обслуживание. Ритейлеры внедряют цифровые полки, кассы самообслуживания, мобильные приложения, цифровые экраны, виртуальные примерочные.

Мировой ритейл стал высоко конкурентной отраслью, которая не только внедряет инновационные продукты, но и создает их. Недостаток ясности в понимании типологии инноваций, сфер их применения, а также позитивных и негативных аспектов, сопровождающих и следующих за процессом внедрения технологий, создает потребность в более подробном изучении вопроса.

**Цель работы:** классифицировать типы, задачи и функциональные сферы применения технологических инноваций в отрасли розничной торговли в России.

**Основная часть.** Возможность собирать и обрабатывать большие объемы информации открывает все новые перспективы для различных отраслей экономики, - в их числе и розничная торговля. В деятельности розничных сетей аккумуляция больших данных происходит на каждом этапе - от взаимодействия с поставщиками до сбора обратной связи от потребителей: сотни и тысячи наименований товаров предлагаются в различных торговых точках десяткам тысяч покупателей.

Для обеспечения эффективной деятельности представителям розницы необходимо не только систематизировать подход к сбору и хранению информации, но также обратиться к развитию методов обработки и анализа получаемых данных. Качественная обработка информации о поставщиках, потребителях, спросе на различные группы товаров и даже прогнозе поведения потребителей может в значительной степени повлиять на прибыльность ритейлера. Внедрение технологических инноваций в деятельность различных функциональных направлений организации (маркетинг, финансы и логистика) помогает компаниям справляться с поставленными задачами.

**Выводы.** В результате исследования сформировано понимание специфики технологических инноваций в ритейле и их использования при формировании стратегии компаний розничной торговли; изучены международные практики применения инноваций; выявлены основные преимущества и трудности процесса внедрения описываемых новшеств. Конечным

результатом проделанной работы является классификация технологических инноваций в управлении розничными сетями, отражающая функциональные сферы использования описываемых новшеств и решаемые ими задачи. В предложенной классификации этапы инновационной деятельности (создание, распространение и диффузия инноваций) рассмотрены с точки зрения основных бизнес-процессов в компании.

Александрина В.Б. (автор)

Подпись

Силакова Л.В. (научный руководитель)

Подпись