

ДИСТАНЦИОННАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ КАК ОСНОВНОЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В РОССИИ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Разумов А.А. (Университет ИТМО)
Научный руководитель – к.э.н., доцент Павлова Е.А.
(Университет ИТМО)

Аннотация

В данной статье речь идёт о важнейшей роли онлайн-торговли в развитии розничной торговли продуктами питания в целом. Автор считает, что ритейлеры должны развивать дистанционную торговлю не только как новый канал сбыта, но и с целью трансформации своего бизнеса и превращения его в высокотехнологический, отвечающий требованиям цифровой экономики.

Введение

Тенденция развития розничных рынков продуктов питания в сторону дистанционной торговли за рубежом наблюдается уже с начала 2000-х. В России рынок онлайн-торговли продовольственными товарами привлёк внимание крупных розничных игроков рынка только в 2017 году, а в 2020 году получил мощный импульс для развития благодаря пандемии COVID-19. Несмотря на многообещающие прогнозы экспертов о быстром росте объёмов рынка, доля дистанционной торговли продовольственными товарами в структуре розничного рынка продуктов питания в России будет оставаться на низком уровне - около 3% к 2023 году. В 2020 году доля онлайн-торговли продуктами питания составляла 0,7%, в то время как в США она достигала 1,9%, во Франции и Японии - 3%, в Китае - 5,9%, у лидера – Южной Кореи – 14,5%. Таким образом, формируется отставание Российской Федерации в развитии рынка дистанционной торговли продовольственными товарами.

Основная часть

Российская Федерация имеет все возможности для развития рынка дистанционной торговли продуктами питания и преуспевания на нём по сравнению с остальным миром. Розничная торговля в России достаточно подвержена внедрению инноваций, однако в своём большинстве они не относятся к дистанционной торговле. Использование технологий онлайн-торговли позволяет, в том числе, снижать операционные затраты как производителей, так и ритейла. Потенциал использования различных технологий достаточно широк: от организации складского помещения до использования больших данных для формирования персональных предложений покупателям. Крупные игроки продуктового ритейла должны осознавать, что именно развитая дистанционная торговля продуктами питания будет являться главным конкурентным преимуществом и способом привлечения инвестиций.

Среди наиболее важных направлений развития дистанционной торговли продуктами питания можно выделить:

1. Разработку складских решений и оборудования, в частности, для совершенствования формата дарксторов;
2. Проработку логистических задач, создание специализированных пунктов выдачи заказов отдельно от действующих торговых точек;

3. Создать систему, позволяющую сократить время совершения заказа в приложении, а также продумать инструменты для покупки продуктов дистанционно людьми, обладающими низкой цифровой грамотностью, например пожилыми людьми;
4. Обрабатывать получаемые при заказах данные с целью совершения персональных предложений клиентам, учитывая их продуктовые предпочтения и способствующим экономии времени без потери качества жизни.

Выводы

Выделенные направления могут способствовать активному развитию дистанционной торговли продуктами питания в Российской Федерации, они применимы для формирования стратегий её развития компаниями-ритейлерами или стартапами. Важно найти технологии и разработать решения, позволяющие максимально хорошо развивать онлайн-торговлю, поскольку это перспективное направление развития всей розничной торговли.

Разумов А.А. (автор)

Павлова Е.А. (научный руководитель)