

Федина В.В, Симантовская А.А  
*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»*  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

### **Современные технологии обслуживания покупателей в розничной торговле**

В условиях постоянной конкуренции залогом успеха в любой сфере деятельности является постоянное развитие, а именно, внедрение инноваций. Появление и активное применение современных технологий ведут к повышению качества продукции, за счет чего растет конкурентоспособность всей организации. В торговле основная часть инновационных технологий разрабатывается внедряется в сфере розничной торговли.

Крупные розничные сети страны тратят значительные суммы на тестирование и внедрение современных технологий. Использование ИТ-инструментов позволяет повысить эффективность торговых сетей и освоить новые каналы продаж.

Хотя за последние несколько лет увеличилась доля онлайн продаж, офлайн-магазины пока никуда не денутся. Они так и останутся точкой притяжения покупателей. Эксперты считают, что наиболее успешной розничная торговля станет при существовании онлайн- и офлайн-магазинов на равных. Этому поспособствует создание персонализированной обстановки в торговом пространстве [1].

В данном направлении необходимо использовать следующие современные технологии [3]:

- системы датчиков «умной упаковки» и электронных ценников, которые помогают эффективнее управлять товарным запасом предприятия;
- технологии освещения, которые заключаются в том, что с помощью света и теней покупателей фокусируют на определенных товарах;
- системы видеоаналитики, которые заключаются в том, что покупателям с помощью специальных проекционных экранов подсказывают потенциально интересные для него товары;
- мобильные приложения, которые помогают покупателям отслеживать наличие товара в ближайшем магазине сети, а также его цену;
- кассы самообслуживания и технологии оплаты при помощи QR-кода, которые позволяют значительно снизить очереди.

Рассмотрим в каких крупных торговых сетях уже применяются данные технологии.

В начале 2020 года на Рязанском приборном заводе наладили выпуск электронных графических ценников. Первая партия ценников уже была поставлена в магазины сети X5 Retail Group. Это позволит организации повысить лояльность покупателей, а также снизить убытки от человеческого фактора, ведь несоответствие ценника со стоимостью товара на кассе чаще всего обусловлена человеческим фактором. Также использование электронных ценников позволит торговым организациям участить проведение акций.

Системы датчиков «умной упаковки» пока не распространены на российском рынке продовольственных товаров, хотя данная практика уже несколько лет используется в европейских странах. За 2019 год объем рынка активной и умной упаковки в странах ЕС составил 5,68 млрд. долларов.

Системы видеоаналитики не стоит путать с системами видеонаблюдения. Видеонаблюдение – это процесс наблюдения за обстановкой и принятием решения человеком с применением видеокамер. Видеоаналитика – это анализ видеопотока с камер при помощи компьютерного зрения. Данная технология только внедряется в практику розничных торговых сетей России. Пока она заключается лишь в показе на специальных экранах определенных товаров с целью психологического воздействия на покупателей. Чаще всего такой механизм используется в торговых центрах.

А вот развитие мобильных приложений розничных торговых сетей активно происходит на российском рынке. Мобильные приложения уже выпустили такие сети, как «Ашан», «ВкусВилл», «Азбука Вкуса», «Дикси», «Красное&Белое», «Лента», «Магнит», «Перекресток»,

«ЕвроСпар», «Карусель», «О'кей», «Пятёрочка», Fix Price, «Globus» и «Metro» [2]. Эксперты Роскачества оценили данные приложения. По итогам аналитического сравнения наибольшее количество функций реализовано в приложении «ВкусВилл».

Еще в начале 2020 года во многих приложениях не было функций онлайн-заказа из магазина, но пандемия коронавируса внесла свои коррективы. Теперь онлайн-заказ можно оформить в приложениях «ВкусВилл», «Азбука Вкуса», «Лента», «ЕвроСпар», «Карусель», «О'кей», «Globus» и «Metro».

Также на российском рынке продовольственных товаров появились компании, которые позволяют сделать онлайн-заказ из различных сетей магазинов. Это такие приложения, как «Сбермаркет», «IGoods», «Delivery club», «Утконос».

Кассы самообслуживания тоже уже активно используются в супермаркетах розничных сетей таких как «Лента», «О'кей», «Пятёрочка», «Магнит», «Перекресток», «Globus» и «Metro». Однако не все компании стремятся развивать это направление. Так, «Азбука вкуса» демонтировала кассы самообслуживания в своих супермаркетах. Это объясняется тем, что снизилось количество покупателей сети и необходимость в использовании касс самообслуживания отпала.

Стоит отметить, что в супермаркетах значительно развита бесконтактная оплата не только с помощью банковских карт, но и с помощью телефонов и умных часов. Если год назад магазинов с такой формой оплаты было не так много, то сейчас данная технология представлена во всех магазинах.

Анализируя все вышесказанное, можно сказать, что в российском ритейле внедрение современных технологий только начинает свой путь. Подобные проекты отличаются высоким риском для организаций. Но руководители торговых сетей понимают, что они помогут наиболее точно определить нужды покупателей и своевременно удовлетворить их, а значит прибыльность компаний возрастет, продажи выйдут на новый уровень и конкуренция приобретет новые формы.

### **Литература**

1. Симакина М. А. Современные маркетинговые технологии в розничной торговле // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №3. С. 299-304.
2. Успешные кейсы внедрения технологий в ритейле [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rb.ru> (дата обращения: 08.11.2020)
3. RetailTech-2020: какие тренды «откроют» новое десятилетие [Электронный ресурс]. – URL: <https://rb.ru/> (дата обращения: 08.11.2020)