

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ РИТЕЙЛА И ПРОДАЖИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

И.В. Шарова, канд. экон. наук, доц.

М.А. Катанский, магистрант

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва

В статье рассмотрены новые форматы торгового бизнеса, которые помогут оптимизировать торговую площадь, сохранить и увеличить спрос на определенные продукты питания, что позволит торговым организациям сохранить рентабельность по чистой прибыли и эффективность бизнес-проектов.

Ключевые слова: *продукты питания, ритейл, торговая площадь, онлайн-торговля, новые технологии.*

На сегодняшний день рынок продуктов питания занимает около 40 – 50% общего оборота мирового ритейла. Продуктовая матрица данного сегмента торговли входит в перечень обязательных покупок каждого субъекта торговли, и от степени удовлетворения потребности от продуктов питания, напрямую зависит индекс удовлетворенности населения.

Интерес и спрос целевой аудитории на покупку конкретного продукта питания, использование технологий совершения покупки напрямую зависит от формирования трендов и появления новых технологий в ритейле.

Можно сказать, что ритейл, а в частности рынок продуктов питания, и его развития напрямую зависят от внедрения новых технологий, которые сегодня развиваются очень быстро.

У современных предпринимателей появляется все больше способов и вариантов привлечь целевую аудиторию и сформировать спрос для продажи определённого продукта через различные каналы продаж, удовлетворяющие запросы и комфорт каждого потребителя.

Рассматривая развитие рынка продуктов питания в онлайн и офлайн сегменте в Российской Федерации в перспективе 1-3 лет, стоит обратить внимание на внедрение известных рынку инструментов, таких как нейросети, персонализация каналов продаж, роботизация процессов по принципу онлайн-касс.

В стратегической перспективе очень важно рассмотреть, каким будет ритейл в области продуктов питания к 2030 году, так как характер изменений затронет не только технологический, но и политический характер, в первую очередь, связанный с вопросами экологии и потреблением энергоресурсов.

Конечно, ряд примененных технологий в Российском ритейле, будут следствием их успешного использования в мировых зарубежных сетях, таких как Walmart или Amazon.

Анализируя тенденции в маркетинговых коммуникациях для привлечения целевой аудитории в магазины продуктов питания к 2030 году, следует обратить внимание на технологические инновации, которые будут играть ключевую роль в ближайшие 5 лет. Несомненно, основными трендами в продаже продуктов питания в 2030 году будут:

Таблица 1. – Основные тренды по продаже продуктов питания

Интеграция геймификации в мобильные приложения
Внедрение инструментов глубокого анализа данных
Изменение подхода к концепции офлайн продуктового магазина
Устойчивость и экологическая ответственность

Источник: составлено автором на основе теоретических обобщений.

К 2030 году рынок продуктов питания будет представлен в формате электронного бизнеса и перейдет в онлайн. Данные выводы следует сделать относительно темпов роста количества заказов через онлайн-площадки и интернет-магазины, которые сохраняются уже несколько лет и не сократятся в будущем. Данные изменения помогут сохранить юнит-экономику бизнеса при растущих постоянных и переменных расходах, оптимизировать логистику, за счёт доставки товаров не в каждую торговую точку, а на распределительный склад.

Продуктовые магазины будут претерпевать изменения, превращаясь частично в заведения общественного питания и dark store. Превращение магазинов продуктов питания в склады и dark stores является одним из способов, которым розничные компании могут адаптироваться к изменениям в индустрии и удовлетворять потребности онлайн-покупателей.

Большие универмаги и Cash & Carry магазины будут превращаться в складские площади и дарк-сторы. Например, компания Метро уже успешно использует курьеров для сборки заказов, что становится основным способом продаж на их площадях. С увеличением спроса на онлайн-покупки, эти магазины будут переориентированы на сборку заказов и доставку. Принятие заказов от маркетплейсов также станет нормой, что поможет увеличить доходы и снизить риски для торговых точек.

Так же функции «последней мили» будут роботизированы, так как они будут связаны с наиболее повторяющимися по маршруту и времени процессами. Доставка будет осуществляться беспилотными автомобилями, а заказы будут выдаваться с помощью робота-консультанта.

Безусловно, следует учитывать, что рынок продуктов питания работает со скоропортящимися продуктами или требует быстрой доставки до двери для удовлетворения потребностей покупателей. Для сохранения рабочих мест данные функции будут так же выполняться курьерами.

К 2030 году цепочки поставок (ЦП) будут развиваться, чтобы превратиться в автоматизированную систему Just In Time (JIT), способную отслеживать заказы клиентов в режиме реального времени.

Целью JIT является снижение издержек на хранение запасов, улучшение операционной эффективности и уменьшение времени цикла производства. Однако для успешной реализации этой стратегии необходимо иметь надежную систему поставок, высокую точность прогнозирования спроса и гибкость производственных процессов.

Так же в 2030 году будет активно развиваться цепочка поставок «от фермы до стола». Это позволит устранить посредников и напрямую поддерживать местных производителей и фермеров. Так, фермеры получают больше контроля над тем, как реализуется их продукция, а потребители смогут использовать систему отслеживания свежести.

К 2030 году основными мотивами выбора магазина продуктов питания, судя по анализу статей, станут интерес к качеству продукции, высококачественному обслуживанию, круглосуточной технической поддержке и здоровому питанию. Исходя из этих мотивов, для удержания пользователей в приложении следует объединить его с спортивными инструментами, используя нейросети для создания персонализированных графиков приема пищи, подбора рационов питания и программ тренировок. Такой подход позволит повысить лояльность за счет постоянного контроля пользователей за своим здоровьем и удерживать их в приложении.

В 2030 году мы ожидаем значительных изменений в процессе покупок и использования интернет-технологий. Одним из ключевых аспектов будет расширение возможностей увеличения среднего чека и продаж сопутствующих товаров через более естественный процесс предложения.

Новые подходы включают в себя превращение приложений в социальные сети, где пользователи могут делиться своими результатами в области здоровья и фитнеса.

Важным элементом станет использование виртуальных игровых валют для оплаты товаров, которые будут начисляться пользователям за достижение определенных результатов. Это создаст новые возможности для клиентов и стимулирует их к активной покупке.

К 2030 году основными мотивами выбора магазина продуктов питания, станут интерес к качеству продукции, высококачественному обслуживанию, круглосуточной технической поддержке и здоровому питанию. Исходя из этих мотивов, для удержания пользователей в приложении следует объединить его с спортивными инструментами, используя нейросети для создания персонализированных графиков приема пищи, подбора рационов питания и программ тренировок. Такой подход позволит повысить лояльность за счет постоянного контроля пользователей за своим здоровьем и удерживать их в приложении.

В 2030 году мы ожидаем значительных изменений в процессе покупок и использования интернет-технологий. Одним из ключевых аспектов будет расширение возможностей увеличения среднего чека и продаж сопутствующих товаров через более естественный процесс предложения.

Новые подходы включают в себя превращение приложений в социальные сети, где пользователи могут делиться своими результатами в области здоровья и фитнеса.

Важным элементом станет использование виртуальных игровых валют для оплаты товаров, которые будут начисляться пользователям за достижение определенных результатов. Это создаст новые возможности для клиентов и стимулирует их к активной покупке.

Рынок продуктов питания играет важную роль в розничном секторе, составляя значительную долю общего оборота мирового ритейла. Удовлетворение потребности в продуктах питания напрямую влияет на уровень удовлетворенности населения, поэтому интерес и спрос на покупку продуктов зависят от трендов и новых технологий в ритейле. Внедрение новых технологий играет ключевую роль в развитии розничного сектора продуктов питания, предоставляя предпринимателям различные способы привлечения целевой аудитории.

Стратегический анализ развития розничного сектора продуктов питания к 2030 году включает не только технологические изменения, но и экологические и политические факторы. Важно учитывать успешные примеры применения технологий в зарубежных сетях, таких как Walmart или Amazon.

Ожидается, что в ближайшие 5-6 лет произойдут значительные изменения в области применения компьютерных технологий, которые кардинально повлияют на продажу и потребление продуктов питания.

Список использованных источников

1. Анисимов Н. Практическое применение инноваций в торговле // Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-экономических отношений материалы VI международной научно-практической конференции. Саратов, 2019. С. 5-6.
2. Блоха О.Н. Особенности внедрения системы менеджмента качества на предприятиях сферы товарного обращения// Сборник лучших научных работ молодых ученых Кубанского государственного технологического университета, отмеченных наградами на конкурсах. Междисциплинарные исследования Краснодар, 2020. С. 42-45.
3. Питер Друкер. Управление бизнесом. 2016. С. 226-345.
4. Ден Кеннеди. Жесткие продажи. Переиздание. 2020. С. 120-167
5. Жилина И.Ю. Рынок розничной торговли// Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 2: Экономика. Реферативный журнал. 2020. No 1. С. 52-57.
6. Красюк И.А. Сетевые технологии как инновационное решение в сфере товарного обращения// Пром-Инжиниринг Труды III международной научно-технической конференции. 2020. С. 423-425.
7. Красюк И.А. Анализ инновационных подходов к развитию сетевого взаимодействия в системе товарного обращения// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2019. Т. 11. No 3. С. 45-58.
8. Коптелов А.Ю. Риски в сфере товарного обращения// Наука и инновации в современных условиях сборник статей международной научно- практической конференции: в 4 частях. 2020. С. 208-212.
9. Михаил Рыбаков. Бизнес-процессы. Как их описать, наладить и внедрить. 2020. С. 50-68