

УДК 339.37

DOI: 10.34670/AR.2021.60.84.031

**Влияние пандемии на инновационное развитие ритейла****Борисов Кирилл Игоревич**

Магистр,

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
101000, Российская Федерация, Москва, Ленинградский просп., 49;

e-mail: borisow96@yandex.ru

**Аннотация**

В работе показано, что одним из стратегически важных направлений развития экономической системы Российской Федерации является торговля. В условиях пандемии инструментарий современного ритейла представлен инновациями в области предоставления услуг и товарооборота, а также за счет трансформации рабочих процессов на торговых площадках в реальном и виртуальном форматах. В данной статье рассмотрены основные инновационные решения в условиях пандемии, проблемы современного ритейла и даны рекомендации по ведению торгового бизнеса на современном этапе экономического развития. Современная экономика трансформировала институциональные модели торговых площадок и создала эффективного сервиса обслуживания. Благодаря инновационному подходу у потребителя появляется индивидуальный выбор, этим самым он определяет предпочтения в торговой сфере и повышает качество жизни людей в государстве.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Борисов К.И. Влияние пандемии на инновационное развитие ритейла // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 4А. С. 263-268. DOI: 10.34670/AR.2021.60.84.031

**Ключевые слова**

Трансформация процессов, инновации ритейла, конкуренция, электронная коммерция.

## Введение

В условиях экономического кризиса во время пандемии коронавирусной инфекции возросла актуальность трансформации торгового бизнеса и ускорение его инновационного развития. Торговля, как на макро, так и на микро уровне, является одной из наиболее стратегически важных видов деятельности для национальной экономики страны. С другой стороны, трансформация экономики в стране ввиду влияния макроэкономических факторов также меняет среду функционирования розничной торговли и оказывает влияние на ее инновационное развитие [Синявская, 2020].

## Основное содержание

В апреле 2020 года были приняты жесткие меры по закрытию всех развлекательных и торговых точек в городах России кроме жизненно необходимых организаций таких как: аптеки и продуктовые магазины. Принятие данных мер принесло значительные убытки, в особенности для малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей. Также, на фоне экономического кризиса во время пандемии, общая покупательская способность россиян упала в среднем на 30% [Федеральная служба государственной статистики, [www...](#)].

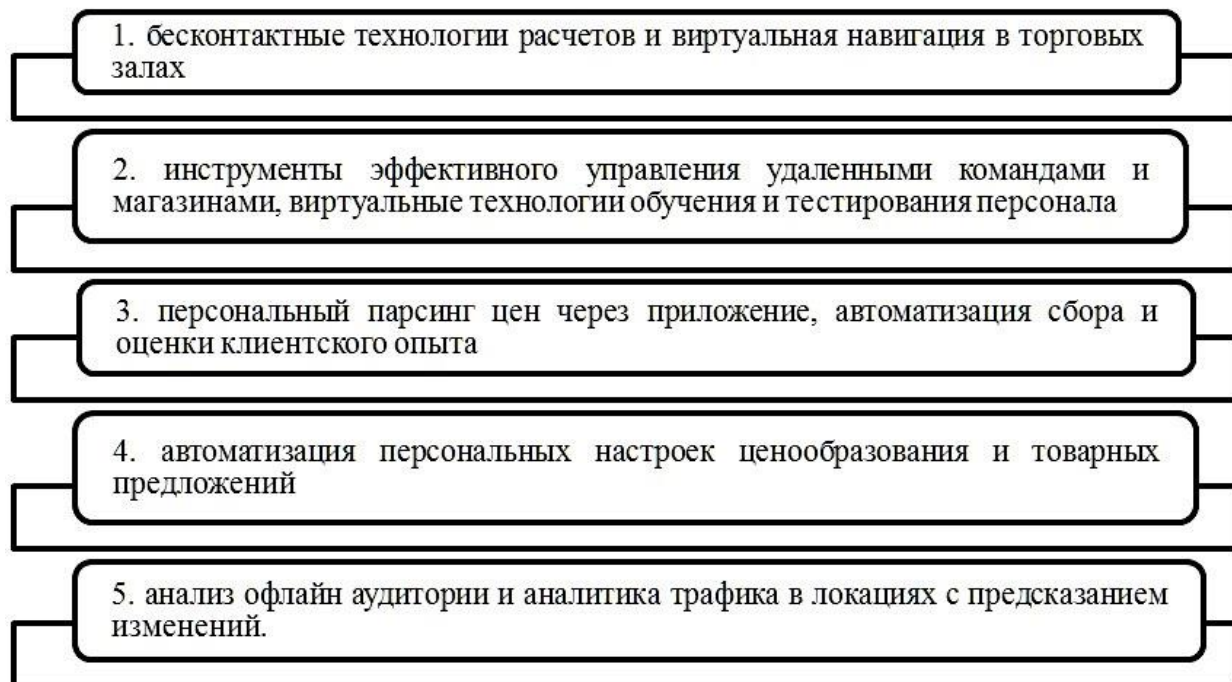
Несмотря на снижение покупательской способности, спрос во время пандемии на товары различных категорий значительно возрос. Так, например, представители крупнейших российских ритейлеров таких как Магнит, Пятерочка, Карусель, Метро выявили значительный рост на товары первой необходимости и длительного хранения [Ритейлеры заметили повышенный спрос на отдельные товары из-за ситуации с COVID-19, [www...](#)]. Влияние пандемии подтолкнуло владельцев бизнесов автоматизировать бизнес-процессы и перейти в онлайн среду из-за внедрения ограничений на перемещение на государственном уровне. Так, наиболее востребованной сферой для внедрения новых технологий стала сфера продаж.

Режим самоизоляции привел к повышению спроса на онлайн услуги. Для сравнения в 2019 году рынок онлайн коммерции в России вырос на 28% по сравнению с 2018 годом, в то время как рост онлайн продаж в 2020 году увеличился на 44% по сравнению с 2019 [Онлайн коммерция в России 2020-2024, [www...](#)]. Для того чтобы реализовывать деятельность по продаже товаров и услуг компаниям стало жизненно важно организовать ряд бизнес-процессов онлайн, начиная от предоставления ассортимента товаров, заканчивая оплатой и доставкой.

Новые условия в период пандемии на рынке продвигают совершенно иные подходы к розничной торговле. Так, например, в настоящее время наблюдается, что многие организации пытаются найти выгоду на акционных предложениях при заказе на определенную сумму, обещая бесплатную доставку или процентную скидку при оплате картой.

В связи с ростом спроса на товары и услуги в онлайн коммерции, возросла и конкуренция в сфере ритейла. Помимо фирм, прочно закрепившихся компаний в данном сегменте рыночных отношений, на рынок вышли также такие крупные компании как ПАО «Сбербанк», «Яндекс. Маркет» и т.д. Компании быстро ухватили тренд и начали заниматься доставкой еды, предоставлять все более широкий спектр услуг, за счет своих огромных мощностей и возможностей привлекая потребителей более удобными инновационными технологиями и тем самым подавляя мелкие компании. Согласно прогнозам, рынок доставки еды в России к концу 2020 года составил 258 млрд. руб., что почти в 2 раза (на 47%) выше по сравнению с прошлым 2019 годом [Российский рынок доставки еды, [www...](#)].

Для того чтобы оставаться конкурентоспособными, компаниям целесообразно внедрять передовые технологии, позволяющие автоматизировать бизнес-процессы. В настоящее время выделяют следующие технологии инновационного инструментария оценки современного бизнеса в сфере торговли (рис.1):



**Рисунок 1 – Основные составляющие инструментария современного ритейла  
[Инновации в эпоху COVID-19, www...]**

Стоит отметить, что раньше данные технологии применялись, но они не были внедрены в том масштабе и с той интенсивностью как в последний год. Так, например, рынок автоматизации процессов в России вырос в среднем на 30% в 2020 году по сравнению с 2019 годом [Российский рынок RPA-систем, www...]. Автоматизация процессов позволила более эффективно выполнять сбор статистических данных о спросе на товары, количестве заинтересованных клиентов, их возрасте и т.д., чем раньше за счет роста использования онлайн услуг, во время которых осуществляет сбор и хранение данных о потребителях и их покупках.

Данные изменения в сфере продаж коснулись не только процессов области клиентоориентированных технологий, но и рабочих процессов на уровне торговых предложений. Представим основные инновации в области организации рабочих мест и их автоматизации, которые постепенно внедряются в России:

1. Оборудование касс самообслуживания, где на весь супермаркет может быть всего один продавец, контролирующий процесс оплаты покупок через камеры наблюдения, корректирующий ошибочные списания на первых этапах установки и настройки оборудования.

2. Снижение численности работников огромных торговых сетей, а соответственно и затрат на оплату труда за счет роботизации. Внедрение технологий роботов-грузчиков на складах, роботы-помощники в зале, контролирующие порядок на полках, чистоту и т.д.

3. Появление девайсов, таких как электронные ценники, что значительно снизит трудовые затраты на их размещение, частоту смены и обслуживание. Внедрение смарт-тележек с

автоматическим оборудованием оплаты, программы «антикража», размещение цифровых табло с информационным освещением пользы тех или иных продуктов, акционных и скидочных подсказок.

Для примера возьмем сеть магазинов «Магнит», которая занимается не только продажей товаров, но и реализацией закупок и транспортных перевозок. Компания в тестовом режиме запускает перевозки продукции на экологичном менее затратном топливе. За счёт этого компания планирует снизить выбросы парниковых газов на 4,4 тыс. тонн в год и на 14% сократить затраты на покупку топлива [Официальный сайт Магнит, [www...](http://www...)].

На уровне внутри коллективной работы сотрудников магазина «Лента» было разработано программное обеспечение «Галя», которое позволяет кассиру удалять ту или иную товарную позицию из чека, отменять последнее действие и т.д., не прибегая к помощи старшего кассира. За счет внедрения данного продукта компания ожидает, что это поможет сократить очереди, увеличить пропускную способность магазина в часы пик и повысить лояльность клиентов.

Проанализировав сложившиеся тенденции и ситуацию на рынке ритейла, можно сделать вывод, что для современных компаний самое главное в условиях пандемии постоянно оставаться в прямом или косвенном взаимодействии с покупателем. Ритейл компаниям необходимо идти в ногу со временем, при изменении условий своевременно адаптироваться под новые запросы потребителей, придерживаясь основных правил успешного бизнеса, чтобы оставаться конкурентоспособными во время кризиса. Для этого организации должны ориентироваться на следующие направления:

1. Клиентоориентированность. Все внимание на запросы потребителя, поскольку задача продавца удержать клиента и привлечь новых. Применение индивидуального подхода к каждому заинтересованному в покупке гражданину как на уровне онлайн взаимодействия, так и при личном контакте.

2. Идентификация и персонализация клиентов в интернет-магазине. В ходе запроса клиента на ту или иную товарную позицию продавец имеет возможность просмотреть историю покупок клиента. Основываясь на ценовом диапазоне предыдущих покупок, можно выстраивать пошаговое взаимодействие с покупателем, предлагая определенные товары.

3. Поиск более выгодных форматов взаимодействия с потребителями в зависимости от области предоставляемых товаров и услуг. Придание своего рода развлекательного формата, привлечение внимания акционными и скидочными предложениями. Все это будет наиболее актуально в условиях снижения общих доходов населения на фоне пандемии.

Таким образом, пандемия привела к ускорению разработок в области инновационных технологий и повсеместному внедрению онлайн-сервисов, которые подтверждаются ростом автоматизации процессов по стране в среднем на 30% в 2020 году по сравнению с 2019 годом. Предложенные в статье инновационные технологии являются практичными и ценными нововведениями, поскольку ежегодно в России наблюдается рост онлайн коммерции, как например в 2020 году продажи через онлайн платформы увеличились на 44% по сравнению с 2019. Применение новых технологий позволяет онлайн-магазинам сокращать временные затраты покупателей на поиск нужных товаров. Пользуясь онлайн-каталогом, клиент может задать все необходимые параметры для наиболее быстрого поиска желаемого товара. Есть небольшой минус, а именно – несоответствие товара заявленной картинке, но в этом случае во многих интернет-магазинах предусмотрен отказ от товара по месту получения и оплаты. Рост сферы доставки еды на дом на 47% в 2020 году по сравнению с 2019 годом также формирует новые тенденции. Развитие услуг доставки товаров до пункта назначения также сокращает

временные затраты потребителя и минимизирует прямые контакты с людьми в случае опасения заражения. На местах торговых точек благодаря современным реалиям происходит выгодная оптимизация производства и сокращение персонала за счет автоматизации касс и зоны покупок товаров, как на примере крупного ритейла Лента.

### Заключение

Подводя итог, следует отметить, что современное общество сделало огромный шаг к реорганизации торговых площадок и созданию эффективного сервиса обслуживания. Благодаря инновационному подходу у потребителя появляется индивидуальный выбор, этим самым он определяет предпочтения в торговой сфере и повышает качество жизни людей в государстве.

### Библиография

1. Синявская Е.Е. Российский ритейл: влияние пандемии и перспективы развития / Е.Е.Синявская // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2020. — № 9 (часть 1). — С. 149-154.
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] —URL:<https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 28.03.2021)
3. Ритейлеры заметили повышенный спрос на отдельные товары из-за ситуации с COVID-19 [Электронный ресурс] —URL: <https://www.interfax.ru>(дата обращения: 28.03.2021)
4. Онлайн коммерция в России 2020-2024 [Электронный ресурс] —URL: <https://russiansearchmarketing.com>(дата обращения: 28.03.2021)
5. Российский рынок доставки еды [Электронный ресурс] —URL: <https://incrossia.ru> (дата обращения: 28.03.2021)
6. Инновации в эпоху COVID-19 [Электронный ресурс] —URL:<https://rtlq.ru>(дата обращения: 28.03.2021)
7. Российский рынок RPA-систем [Электронный ресурс] —URL:<https://www.tadviser.ru>(дата обращения: 28.03.2021)
8. Официальный сайт Магнит [Электронный ресурс] —URL:<https://www.magnit.com> (дата обращения: 28.03.2021)
9. «Петрович» запустил виртуальный шоурум обоев [Электронный ресурс] — URL: <https://www.retail.ru> (дата обращения: 28.03.2021)
10. Инновации в ритейле 2020: технологии времен пандемии [Электронный ресурс] — URL: <https://www.retail.ru> (дата обращения: 28.03.2021)
11. Технологии в ритейле: чему нас научил 2020 год[Электронный ресурс] —URL: <https://new-retail.ru> (дата обращения: 28.03.2021)

## The impact of the pandemic on the innovative development of retail

**Kirill I. Borisov**

Master Degree,  
Financial University under the Government of the Russian Federation,  
125993, 49 Leningradskii prospect, Moscow, Russian Federation;  
e-mail: borisow96@yandex.ru

### Abstract

The paper shows that one of the strategically important directions of the development of the economic system of the Russian Federation is trade. In the context of a pandemic, the tools of modern retail are represented by innovations in the field of service provision and commodity turnover, as well as through the transformation of work processes on trading platforms in real and virtual formats. This article discusses the main innovative solutions in the context of a pandemic,

the problems of modern retail and provides recommendations for conducting a trading business at the current stage of economic development. The modern economy has transformed the institutional models of trading platforms and created an effective service service. Thanks to the innovative approach, the consumer has an individual choice, thereby determining his preferences in the trade sphere and improving the quality of life of people in the state.

### For citation

Borisov K.I. (2021) Vliyanie pandemii na innovatsionnoe razvitie riteila [The impact of the pandemic on the innovative development of retail]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (4A), pp. 263-268. DOI: 10.34670/AR.2021.60.84.031

### Keywords

Transformation of processes, retail innovations, competition, e-commerce.

### References

1. Sinyavskaya E. E. Russian retail: the impact of the pandemic and development prospects / E. E. Sinyavskaya // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. - 2020. - No. 9 (part 1). - pp. 149-154.
2. Federal State Statistics Service [Electronic resource] - URL:<https://rosstat.gov.ru> (accessed: 28.03.2021)
3. Retailers have noticed an increased demand for certain products due to the situation with COVID-19 [Electronic resource] - URL: <https://www.interfax.ru>(accessed: 28.03.2021)
4. Online commerce in Russia 2020-2024 [Electronic resource] - URL: <https://russiansearchmarketing.com>(accessed: 28.03.2021)
5. Russian food delivery market [Electronic resource] - URL: <https://incrussia.ru> (accessed: 28.03.2021)
6. Innovations in the era of COVID-19 [Electronic resource] - URL:<https://rtlq.ru>(accessed: 28.03.2021)
7. The Russian market of RPA systems [Electronic resource] - URL:<https://www.tadviser.ru>(accessed: 28.03.2021)
8. Official website of Magnit [Electronic resource] - URL:<https://www.magnit.com> (accessed: 28.03.2021)
9. "Petrovich" launched a virtual wallpaper showroom [Electronic resource] - URL: <https://www.retail.ru> (accessed: 28.03.2021)
10. Innovations in retail 2020: technologies of the pandemic times [Electronic resource] - URL: <https://www.retail.ru> (accessed: 28.03.2021)
11. Technologies in retail: what 2020 has taught us[Electronic resource] - URL: <https://new-retail.ru> (accessed: 28.03.2021)