

5.2.3 Региональная и отраслевая экономика

Научная статья

УДК 338.001.36

DOI 10.37493/2307-907X.2023.3.6

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ КАК СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Журавель Виталий Федорович, Журавель Александр Евгеньевич,
Краева Полина Владиславовна

В статье рассматриваются вопросы обеспечения устойчивого развития компаний розничного ритейла с позиции реализации инновационных проектов в современных меняющихся условиях. Рассмотрены основные методы, применяемые при разработке инновационных проектов в ритейле. Исследуются основные направления внедрения инновационных проектов в отрасли на примере отечественной компании. Предложены современные способы роста инновационного потенциала компании. Рекомендовано применение инноваций в деятельность продуктового ритейла как способ оптимизации многих бизнес-процессов, что в итоге позволяет сократить издержки на выполнение тех или иных задач и ускорить получение нужного результата.

Ключевые слова: инновационные проекты, устойчивое развитие, цифровизация, ритейл, инновации, бизнес-процессы, оптимизация

INNOVATIVE PROJECTS AS A MEANS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT ON THE EXAMPLE OF FOOD RETAIL IN MODERN CONDITIONS

Vitaly Zhuravel, Alexander Zhuravel, Polina Kraeva

The article discusses the issues of ensuring the sustainable development of retail companies from the perspective of implementing innovative projects in modern changing conditions. The main methods used in the development of innovative projects in retail are considered. The main directions of the implementation of innovative projects in the industry are investigated on the example of a domestic company. Modern ways of increasing the innovative potential of the company are proposed. It is recommended to use innovations in the activities of grocery retail as a way to optimize business processes, which, as a result, allows reducing the costs of performing certain tasks and speeding up obtaining the desired result.

Key words: innovative projects, sustainable development, digitalization, retail, innovations, business processes, optimization

Введение / Introduction. В условиях современной действительности, когда наблюдается стремительный рост темпов цифровизации и глобализации, осложненный факторами внешней среды, такими как: пандемия COVID-19, западные санкции, проведение военной спецоперации на Украине, рост уровня инфляции, нестабильный курс рубля, введение принципа «железного занавеса» и многие другие, – существование бизнеса разного уровня и масштаба в России становится крайне затруднительным, не говоря уже об обеспечении его устойчивого развития. В связи с этим основной проблемой, которая сейчас стоит перед каждым руководителем, является обеспечение устойчивого развития бизнеса как важный факт выживания социально-экономической системы в условиях агрессивной среды с целью адаптации и приспособления к новым условиям существования.

Согласно теории экономических циклов Н. Кондратьева, единственный выход из кризиса – это внедрение инноваций. Именно инновации являются тем самым толчком экономического роста, который позволяет начать новый цикл. Следовательно, в условиях современности важным становится функционирование такого управления, которое бы обеспечивало устойчивое суще-

ствование предприятия в быстро изменяющейся окружающей среде наравне с эффективным и рациональным развитием внутреннего потенциала хозяйствующего субъекта, делая уклон на инновационность как важный фактор устойчивого развития во взаимосвязи со стремительно нарастающей цифровизацией [7].

Цель настоящего исследования – проанализировать влияние эффективности внедрения инновационных проектов на обеспечение устойчивого развития бизнеса на примере розничного ритейла в России.

Материалы и методы / Materials and methods. На сегодняшний день ярким примером внедрения и реализации инновационных проектов для достижения устойчивого развития бизнеса является розничный ритейл. Помимо сильной конкуренции в этом сегменте наблюдается высокий темп внедрения инновационных решений во весь комплекс маркетинга: от производственных процессов товаров / услуг вплоть до процессов транспортировки и продажи. Это можно объяснить оптимальным сочетанием экономических, социальных и экологических аспектов ведения деятельности.

Инновационные проекты, тестируемые и внедряемые ритейлерами в 2022 году, нацелены на оптимизацию и автоматизацию (компьютеризацию) следующих бизнес-процессов: ускорение доставки, оплата без касс, карт и наличности, совершенствование логистических процессов, технология продления свежести продуктов, инструменты предотвращения потерь, видеоаналитика и системы контроля доступа, «умное» управление персоналом и лояльностью клиентов, собственное производство и многое другое. Все эти мероприятия основаны на инновационных digital-технологиях виртуальной реальности и искусственного интеллекта, роботизации, информационных базах Big Data, а также интернета вещей [9].

Следовательно, можно сделать вывод, что основными методами, применяемыми при разработке, внедрении и реализации инновационных проектов, являются теоретические и эмпирические методы, в частности, имитационное моделирование, эксперимент и формализация. Данные методы наглядно применяются в ритейл-лабораториях, например в компании X5 Retail Group, с целью моделирования того или иного инновационного проекта в условиях настоящей действительности во взаимодействии с покупателями для проведения исследования применимости данной инновации и оценке его эффективности (например эксперимент с электронными ценниками).

Результаты и обсуждение / Results and discussion. Главной целью инновационных проектов является повышение эффективности хозяйственной деятельности компании в разрезе отдельных бизнес-процессов. В связи с этим за последнее время бизнес активно стремится внедрять инновационные проекты как на уровне процесса, так и на уровне технологии, позволяя учитывать основные цели и задачи бизнес-стратегии ритейлера:

- обеспечение высоким уровнем жизнестойкости организации и всех ее процессов;
- повышение эффективности работы с данными (внедрение систем работы с большими данными и предикативной аналитики для работы с ассортиментом, ценами, промо, а также для анализа данных в целях повышения эффективности цепочки поставок и т. д.);
- технологическое лидерство (внедрение эффективных перспективных технологических решений искусственного интеллекта, интернета вещей (IoT), RPA1, дополненной и виртуальной реальности и др.) [8];
- повышение операционной эффективности (повышение скорости разработки за счет гибких методологий, подхода на базе производственных показателей и оптимизации модели-sourcing);
- создание цифровой экосистемы (развитие решений для использования сервисного подхода);
- повышение эффективности инфраструктуры (повышение надежности, безопасности и оптимизация стоимости эксплуатации оборудования);

- цифровое лидерство (реализация таких решений, как мобильность и облачные сервисы, омниканальность, программа лояльности, e-commerce, управление инновациями, развитие стратегических партнерств и др.) [2, 4].

Сегодня все IT-проекты продуктового ритейла нацелены на то, чтобы лучше понять потребности и приоритеты покупателей, повысить производительность и операционную эффективность путем автоматизации логистических, финансовых, производственных процессов, документооборота и кадров (рисунок).



Рис. Основные направления цифрового развития продуктового ритейла

Из рисунка видим, что любой продуктовый ритейл стремится быть максимально клиентоориентированным. Внедрение инновационных проектов можно условно разделить на 7 направлений:

- анализ потребительского поведения;
- сокращение времени покупки;
- вовлечение посетителей и персонализация;
- повышение производительности труда;
- повышение операционной эффективности;
- автоматизация логистических процессов;
- цифровизация законодательного регулирования [1, 5].

Рассмотрим внедрение инновационных проектов с целью обеспечения устойчивого развития ритейла на примере компании ПАО «Магнит» (см. таблицу) [3, 6].

Таблица

Применяемые технологии в ПАО «Магнит» на 2021 год

Направление цифрового развития	Применяемые технологии
1. Анализ покупательского поведения	Для того чтобы адаптировать сервис и ассортимент, «Магнит» изучает действия посетителей с помощью таких инструментов, как: • видеоналитика, искусственный интеллект, • большие данные, • анализ чеков благодаря собственному оператору фискальных данных. Это позволяет формировать более точное ценностное предложение и повышать эффективность продаж.

Направление цифрового развития	Применяемые технологии
2. Сокращение времени покупки	2.1. «Магнит» постоянно совершенствует обслуживание в торговых точках. Например, внедрены бесконтактная система платежей, кассы самообслуживания, мобильное приложение с информацией о скидках и акциях «Магнита», ведется тестирование технологии Scan&Go. 2.2. Для контроля очередей, заполненности торгового зала продукцией «Магнит» тестирует видеоаналитику с 12 июля 2021 г. На тех объектах, где она внедрена, фиксируется увеличение пропускной способности прилавка и кассы, количество очередей сократилось более чем на 70 %.
3. Вовлечение покупателей и персонализация	3.1. Розничная сеть использует технологии геймификации, дополненной реальности, разрабатывает увлекательные механики конкурсов, которые позволяют покупателям получать новые эмоции. Для удобства посетителей компания первой из отечественных ритейлеров создала единую платформу «Магнит. Просто лучше», где содержатся сведения об условиях проектов лояльности, конкурсах, других активностях. 3.2. Быстро получить информацию об акциях покупатели могут благодаря «умным» экранам. С 2017 года компания начала устанавливать в магазинах touch-панели. Они экономят время посетителей на поиск нужных товаров по акции, помогают ориентироваться в ассортименте программы лояльности. 3.3. В июне 2019 года было запущено уникальное для российского продуктового ритейла мобильное приложение «Пульс-М», которое дает возможность клиентам влиять на работу магазинов. Это удобная своеобразная книга жалоб и предложений в смартфоне, которая всегда под рукой. Покупатели магазинов «Магнит» в несколько кликов могут оценить работу объектов, рассказать, что нравится или не нравится.
4. Повышение производительности и операционной эффективности и автоматизация логистических процессов	4.1. В распределительных центрах применяются автозаказ, авторазмещение товаров, тайм-слоттинг и другие решения. Для продуктивной работы транспорта действует система автоматической маршрутизации. 4.2. Повышению производительности способствует и внедрение мобильных рабочих мест. Водители-экспедиторы используют планшеты, чтобы оперативно доставлять свежую продукцию, такие же девайсы есть у сотрудников крупных форматов магазинов. 4.3. При открытии новых точек продаж ритейлер использует собственную геоинформационную систему. Она позволяет автоматически на основе признаков конкретной локации максимально точно оценить потенциальный товарооборот и эффективность будущих объектов. 4.4. Эффективное выполнение задач подразделения достигается за счет использования современных технологий: создано несколько каналов связи, в том числе специальный корпоративный мессенджер, персонал имеет доступ к системе видеонаблюдения объектов. В режиме нон-стоп в Единый ситуационный центр стекается информация из торговых точек и распределительных центров о состоянии инженерных систем. При возникновении сложностей по отработанным алгоритмам идет оповещение и организация взаимодействия для восстановления оптимальных режимов работы оборудования и минимизации потерь компании. 4.5. 27 сентября 2021 года «Магнит» сообщил о запуске нейросети для распознавания товаров на полках магазинов. Искусственный интеллект контролирует соответствие выкладки продукции на стеллажах заявленной планограмме. Точность проверки до 98 %. Система может улучшить доступность товаров для покупателей до 5 % в зависимости от категорий продукции и увеличить продажи.

Направление цифрового развития	Применяемые технологии
	Самообучающаяся система позволяет выявлять соответствие выкладки даже в сложных пространствах, исключить человеческий фактор, существенно повысить уровень контроля, сократить время проверки и избежать «виртуальных» стоков. 4.6. С 2020 года «Магнит» внедрил систему SAP S / 4HANA Retail, которая позволяет осуществлять сквозной товарно-финансовый учет. В ходе программы планируется внедрение более 40 модулей SAP S / 4HANA: на первом этапе система охватит автоматизацию финансов, товародвижения, кадров и отчетности. В дальнейшем система объединит в себе все бизнес-процессы компании.

Проанализировав текущий инновационный потенциал компании ПАО «Магнит», можно заключить следующее. Компания ПАО «Магнит» активно внедряет инновационные проекты для повышения уровня производительности и операционной деятельности, анализа покупательского поведения и уровня вовлеченности с целью обеспечения устойчивого развития компании на перспективу. В условиях цифровизации компания стремится максимально полно оцифровать все бизнес-процессы, чтобы достичь полной автоматизации бизнеса для обеспечения устойчивого развития [2]. Действительно, сейчас в выигрыше те компании, которые способны выполнить максимально возможное количество операций одновременно и в кратчайшие сроки, при этом продемонстрировав высокую эффективность и производительность [10].

Согласно проведенному анализу ПАО «Магнит», на 2022 год фокус внимания компании в основном направлен на такие проекты инновационного развития, как ERP-трансформация, анализ больших данных и углубленная аналитика, технология искусственного интеллекта и онлайн-коммерция.

Заключение / Conclusion. Как показывают проведенные исследования, ритейлы, успешно применяющие инновационные проекты и использующие цифровые технологии в своей производственной и управленческой деятельности, имеют устойчивое положение на весьма конкурентном рынке и перспективные возможности для дальнейшего роста и развития. Применение инноваций приводит к оптимизации многих бизнес-процессов, что позволяет сократить издержки на выполнение тех или иных задач и ускорить получение результата.

Таким образом, инновационные проекты – это эффективное средство для обеспечения устойчивого развития бизнеса в условиях агрессивной внешней среды и избалованности потребителя современными трендами.

ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Журавель В. Ф., Пронина И. В. Особенности применения SMM-технологии для сбора маркетинговой информации на рынке B2B // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право: сборник научных трудов. Симферополь, 2017. С. 281–284.
2. Журавель В. Ф. Принципы управления инновационными процессами // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т. 6. № 4-3. С. 166–169.
3. Информационные технологии в розничной сети «Магнит». URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 19.03.2023).
4. Момотова О. Н., Воронцова Г. В., Устаев Р. М. и др. Диагностика и разрешение проблем взаимодействия власти и бизнеса в вопросах социально-экономического развития Ставропольского края в условиях цифровизации // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2022. № 2 (89). С. 89–103.
5. Недыхалов Л. А., Харченко Н. П. Маркетинговые исследования благосостояния отдельных категорий населения России // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2021. № 1 (82). С. 73–80.

6. Отчет в области устойчивого развития компании ПАО «Магнит» за 2021 год. URL: https://www.magnit.com/upload/iblock/02a/magnit-sr21_RUS.pdf (дата обращения: 19.03.2023)
7. Парахина В. Н., Борис О. А., Харченко Н. П. Теория менеджмента: учебник. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2018.
8. Устаев Р. М., Борис О. А. Молодежное предпринимательство и проблема занятости молодежи в контексте цифровизации экономики // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право: сборник научных трудов. Симферополь: КФУ им. В. И. Вернадского, 2021. С. 223–226.
9. Устаев Р. М., Борис О. А. О проблемах и перспективах предпринимательства в молодежной среде в современных реалиях пандемии коронавируса // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2021. № 6 (87). С. 149–157.
10. Харченко Н. П. Процессный подход цифровой экономики как основа решения инновационных, экономических, социальных проблем // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2021. № 6 (87). С. 177–183.

REFERENCES AND INTERNET RESOURCES

1. Zhuravel' V. F., Pronina I. V. Osobennosti primeneniya SMM-tehnologii dlya sbora marketingovoy informatsii na rynke V2V (Features of using SMM technology to collect marketing information in the B2B market) // Upravlenie v usloviyah global'nyh mirovyyh transformacij: ekonomika, politika, parvo: sbornik nauchnyh trudov. Simferopol', 2017. P. 281–284.
2. Zhuravel', V.F. Printsipy upravleniya innovacionnymi processami (Principles of innovation process management) // Ekonomicheskij vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2008. Vol. 6. No 4–3. P. 166–169.
3. Informacionnye tehnologii v roznichnoj seti «Magnit» (Information technologies in the retail network "Magnit"). URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (Accessed 19.03.2023).
4. Momotova O. N., Voroncova G. V., Ustaev R. M. i dr. Diagnostika i razreshenie problem vzaimodeistviya vlasti i biznesa v voprosah social'no-ekonomicheskogo razvitiya Stavropol'skogo kraja v usloviyah cifrovizacii (Diagnostics and resolution of problems of interaction between government and business in the socio-economic development of the Stavropol Territory in the conditions of digitalization) // Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta. 2022. No 2 (89). P. 89–103.
5. Nedyhalov L. A., Harchenko N. P. Marketingovye issledovaniya blagosostoyaniya otdel'nyh kategorij naseleniya Rossii (Marketing research on the welfare of certain categories of the Russian population) // Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta. 2021. No 1 (82). P. 73–80.
6. Otchet v oblasti ustoichivogo razvitiya kompanii PAO «Magnit» za 2021 god (The report in the field of sustainable development of PJSC Magnit for 2021). URL: https://www.magnit.com/upload/iblock/02a/magnit-sr21_RUS.pdf (Accessed: 19.03.2023)
7. Parahina V. N., Boris O. A., Harchenko N. P. Teoriya menedzhmenta (Management theory): uchebnik. Stavropol': Izd-vo SKFU, 2018.
8. Ustaev R. M., Boris O. A. Molodezhnoe predprinimatel'stvo i problema zanyatosti molodezhi v kontekste cifrovizacii ekonomiki (Youth entrepreneurship and the problem of youth employment in the context of digitalization of the economy) // Upravlenie v usloviyah global'nyh mirovyyh transformacij: ekonomika, politika, parvo: sbornik nauchnyh trudov. Simferopol': KFU im. V. I. Vernadskogo, 2021. P. 223–226.
9. Ustaev R. M., Boris O. A. O problemah i perspektivah predprinimatel'stva v molodezhnoj srede v sovremennyh realiyah pandemii koronavirusa (On the problems and prospects of entrepreneurship among young people in the modern realities of the coronavirus pandemic) // Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta. 2021. No 6 (87). P. 149–157.
10. Harchenko N. P. Processnyj podhod cifrovoj ekonomiki kak osnova resheniya innovacionnyh, ekonomicheskikh, social'nyh problem (The process approach of the digital economy as the basis for solving innovative, economic, and social problems) // Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta. 2021. No 6 (87). P. 177–183.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Журавель Виталий Федорович, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента Института экономики и управления СКФУ. E-mail: vzhuravel@ncfu.ru

Журавель Александр Евгеньевич, студент кафедры дизайна, Высшая школа креативных индустрий СКФУ. E-mail: zhuravelvf@yandex.ru

Краева Полина Владиславовна, магистр менеджмента СКФУ. E-mail: kraewa.polina@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vitaliy Zhuravel, Dr. Sci. (Econ.), Professor of Management, North-Caucasus Federal University, Stavropol. E-mail: vzhuravel@ncfu.ru

Alexander Zhuravel, Student, Department of Design, School of Creative Industries, North-Caucasus Federal University. E-mail: zhuravelvf@yandex.ru

Polina Kraeva, 2nd year Master's Degree Student, Management, North-Caucasus Federal University, Stavropol. E-mail: kraewa.polina@yandex.ru