

Особенности ИННОВАЦИОННЫХ работ

Предмет: Инновации в торговой деятельности

Инновационная деятельность

- это деятельность, направленная на создание практическое использование (доведение до потребителя) новых или усовершенствованных видов продукции, технологий, услуг или организационных решений административного, производственного, коммерческого или иного характера, обеспечивающих экономический (социальный, экологический или иной) эффект.

- Таким образом, под инновациями в торговле следует понимать набор определённых процессов, происходящих внутри торговой сети и приводящих к внедрению новшеств, которые приводят к повышению прибыли, росту производительности труда, улучшению конкурентных позиций, оптимизации затрат.

- 
- Основной задачей нововведений в торговле является усовершенствование механизма товародвижения на всех стадиях, торгового обслуживания для обеспечения высокого качества процесса купли-продажи.

К особенностям

инновационных работ в

торговле относятся:

- 1. Нововведения в торговой деятельности в современных условиях очень сильно взаимосвязаны с каналами связи, такими как электронная почта, Skype, мобильные и социальные сети. С помощью современных каналов связи можно добиться более удобного для покупателя способа получения информации о продукте, его выборе и оплаты.

- 2. Степень использования инноваций в торговых сетях сильно варьируется между магазинами шаговой доступности и крупными торговыми сетями. Крупные торговые сети в плане реализации инноваций сформировали серьезный отрыв от магазинов шаговой доступности. Небольшие несетевые магазины, в большинстве своем, в качестве нововведений используют оплату банковским картами и устанавливают продленный режим работы.

- 3. В российских условиях инновации в торговле в большей степени реализуются в розничной сети. В магазинах оптовой торговли, как правило, реализуются только технические инновации, которые нацелены на создание удобства для продавцов. Однако это не означает, что другие инновации в оптовой торговле не возможны. На российском рынке существует оптовые фирмы, которые активно внедряют использование информационных технологий в свою деятельность. В данных сетях оптовому покупателю возможна опция ознакомления с ассортиментом и предзаказа через интернет.

- 
- 4. Большинство инноваций в торговых сетях являются экстернальными. то есть возникающими за ее пределами, но оказывающих влияние на технологию продаж.

К современным экстернальным нововведениям в торговле можно отнести следующие:

- - появление магазинов в форме аутлетов – отдельных торговых деревень, где предлагаются товары известных производителей по низким ценам. В основном такие магазины предлагают брендовые вещи из прошлых коллекций и сезонов, что позволяет покупателю приобрести высококачественный товар по приемлемой цене.
- - появление каскетов, в которых покупатель может приобрести высококачественный товар по приемлемой цене. В таких магазинах кроме качественных товаров всегда сочетается с высоким уровнем сервиса.

- - осуществление торговли в форме кулинар – маркетов, то есть магазинов с собственным производством высококачественных продуктов. Это может быть пекарня, производство элитного мяса, сыра и т.д. Отличием таких магазинов от традиционных продуктов является наличие только товаров собственного приготовления и определенной номенклатуры.

- 5. Развитие торговли с помощью автоматов. В настоящее время у покупателя все чаще нет времени на поход по традиционному торговому залу, а потребность в приобретении определенного продукта возникает и не требует отлагательств. В таких случаях производители устанавливают торговые автоматы по продаже воды, шоколада, линз, мелких вещей, зонтов и т.д. Для покупателя это дает возможность быстро совершить покупку (часто автоматы установлены внутри крупных торговых и бизнес-центров, в метро), а для продавца отпадает необходимость в найме персонала, аренде больших торговых площадей, что дает возможность получать максимальную прибыль при минимальных расходах.

- Таким образом, можно сделать вывод, что инновации в торговле получили толчок к активному развитию. Учеными прогнозируется, что в предстоящие десять лет инновации в торговле станут более интенсивными и динамичными и привычная торговля «на рынке» или в магазинах около дома будет терять свою актуальность.