

Секция «Подсекция аспирантов. Региональная экономика, экономика промышленности и экономика инноваций: от стратегии к практике развития»

## Стратегические тренды развития инновации в сфере торговли

Научный руководитель – Новикова Ирина Викторовна

*Вольф Тамара Николаевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа государственного администрирования (факультет), Москва, Россия

*E-mail: tomavolf@yandex.ru*

Мировая торговля постоянно развивается, и развитие новых технологий и инноваций является ключевым фактором в этой эволюции. Инновации являются важным фактором в развитии торговли, с развитием которых предприятия остаются конкурентоспособными, снижаются затраты и предоставляют своим клиентам более качественные товары и услуги. В последние годы наметилось несколько стратегических тенденций [1] в развитии инноваций в сфере торговли:

### 1. Развитие цифровых технологий.

Цифровые технологии быстро меняют облик индустрии розничной торговли. С увеличением числа пользователей Интернета все больше торговых компаний внедряют цифровые технологии для улучшения своих процессов, увеличения продаж и привлечения новых клиентов. Электронная коммерция, мобильные приложения, социальные сети и онлайн-платформы - являются частью цифровых технологий, которые трансформируют индустрию розничной торговли.

Электронная коммерция стала особенно революционной для индустрии розничной торговли, поскольку она позволяет предприятиям охватывать клиентов за пределами их географического положения. Тенденция к электронной коммерции еще более ускорила из-за пандемии COVID-19. Карантин и меры социального дистанцирования вынудили людей больше полагаться на онлайн-покупки, что привело к резкому росту продаж в сфере электронной коммерции. Мобильные приложения также стали важным инструментом, поскольку они позволяют потребителям легко совершать покупки на ходу. Платформы социальных сетей также меняют способ взаимодействия компаний со своими клиентами, так как они предоставляют простой и эффективный способ выстраивания отношений с покупателями. [4]

Такие онлайн-платформы, как Amazon и российские Ozon, Wildberries играют все более важную роль в индустрии розничной торговли, доминируют на рынке электронной коммерции, а предприятия все чаще обращаются к ним для привлечения новых клиентов.

### 2. Развитие искусственного интеллекта.

Искусственный интеллект (ИИ) трансформирует индустрию розничной торговли, обладает потенциалом для автоматизации процессов, повышения эффективности и улучшения качества обслуживания клиентов. В сфере розничной торговли искусственный интеллект может использоваться для таких задач, как анализ данных о клиентах, оптимизация логистических процессов и создание персонализированных предложений.

Одним из наиболее значительных преимуществ искусственного интеллекта является его способность быстро и точно анализировать большие объемы данных, анализируя которые, предприниматели могут получить ценную информацию о потребительском поведении, предпочтениях и моделях покупок клиентов. Затем эти данные могут быть использованы для оптимизации маркетинговых кампаний, продуктовых предложений и стратегий ценообразования.

Еще одним значительным преимуществом искусственного интеллекта является его способность персонализировать процесс покупок. Анализируя данные о клиентах, розничные торговцы могут создавать персонализированные предложения, адаптированные к каждому отдельному потребителю. Это не только улучшает качество обслуживания клиентов, но и повышает вероятность продажи. [3]

### 3. Развитие мобильных технологий.

С ростом популярности смартфонов предприниматели осознают важность наличия сильного мобильного присутствия, которое позволяет потребителям совершать покупки на ходу, что делает их более удобными и доступными.

Мобильные технологии также могут быть использованы для создания персонализированных предложений и программ лояльности, используя которые, представители фирм могут создавать индивидуальные предложения, адаптированные к каждому покупателю. Это может способствовать улучшению качества обслуживания клиентов, но и повышает вероятность продажи. [2]

Таким образом, стратегическое развитие инноваций в сфере торговли имеет решающее значение для того, чтобы предприятия оставались конкурентоспособными, снижали издержки и предоставляли своим клиентам более качественные продукты и услуги. Стратегические тенденции, представленные в данной научной работе, направленные на развитие цифровых технологий, искусственного интеллекта и мобильных технологий - трансформируют торговлю и создают новые стратегические возможности для бизнеса, с помощью внедрения инноваций, что будет способствовать процветанию компании и национальному устойчивому развитию.

### Литература

1. Квинт В.Л. Концепция стратегирования. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2020. 170 с.
2. Мобильная экономика: влияние мобильных приложений на национальную экономику, производительность труда и рынок занятости. URL: <https://imi.hse.ru/data/2020/04/03/1555974783/ecosystem-mobile-200324.pdf> (дата обращения: 15.02.2023).
3. Стратегирование цифрового Кузбасса / под науч. ред. В. Л. Квинта. - Кемерово: КемГУ, 2021. - 434 с.
4. Цифровые технологии в российской экономике / К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг, В.В. Дементьев и др.; под ред. Л.М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - М.: НИУ ВШЭ, 2021. - 116 с.