

**Образовательная автономная некоммерческая организация
высшего образования**

«МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

Специальность 38.02.08
(код)

Торговое дело
(наименование)

Квалификация

Специалист торгового дела

КУРСОВАЯ РАБОТА

**по МДК 01.02 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и
внешнем рынке**

на тему

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.**

Обучающийся

(Ф.И.О. полностью)

подпись

МОСКВА 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	5
1.1 Понятие и сущность инновационных технологий в торговле.....	5
1.2 Основные виды инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности	7
1.3 Влияние инновационных технологий на эффективность торгово-сбытовой деятельности	10
2 АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ «ЛЕНТА»	13
2.1 Общая характеристика организации	13
2.2 Особенности торгово-сбытовой деятельности розничной сети «Лента»	14
2.3 Оценка использования инновационных технологий в деятельности компании	17
2.4 Направления совершенствования использования инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности «Ленты»	19
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	24
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	26

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развитие торговли неразрывно связано с активным внедрением инновационных технологий. Изменение покупательского поведения, усиление конкуренции между торговыми организациями, рост значимости онлайн-каналов продаж и повышение требований к качеству обслуживания заставляют предприятия розничной торговли искать новые подходы к организации торгово-сбытовой деятельности. В этих условиях инновации становятся не дополнительным преимуществом, а необходимым условием устойчивого функционирования предприятия.

Актуальность темы исследования заключается в том, что применение инновационных технологий позволяет торговым организациям повысить скорость и качество обслуживания покупателей, сократить издержки, улучшить управление ассортиментом, расширить каналы сбыта и укрепить свои конкурентные позиции. Особенно важную роль инновации играют в деятельности крупных розничных сетей, которые одновременно управляют большим количеством торговых объектов, логистических процессов и клиентских сервисов. Методические указания по курсовой работе прямо предусматривают необходимость сочетания теоретической и практической частей, а также выполнение работы на базе конкретного предприятия.

В качестве базы исследования выбрана розничная сеть «Лента». Такой выбор представляется обоснованным, поскольку компания является одной из крупных российских торговых сетей, развивает офлайн- и онлайн-каналы продаж, использует сервисы доставки и внедряет решения в области самообслуживания покупателей.

Цель курсовой работы состоит в изучении теоретических основ использования инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности и в анализе практики их применения на примере розничной сети «Лента», а также в

разработке рекомендаций по дальнейшему совершенствованию данной деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть сущность инновационных технологий и их роль в торговле;
- изучить основные виды инновационных технологий, применяемых в торгово-сбытовой деятельности;
- определить влияние инновационных технологий на результаты деятельности торговых организаций;
- дать общую характеристику розничной сети «Лента»;
- проанализировать особенности торгово-сбытовой деятельности компании;
- оценить использование инновационных технологий в деятельности «Ленты»;
- предложить направления совершенствования использования инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности организации.

Объектом исследования выступает торгово-сбытовая деятельность розничной сети «Лента».

Предмет исследования - инновационные технологии, используемые в торгово-сбытовой деятельности данной организации.

В работе использованы следующие методы исследования: анализ, синтез, сравнение, обобщение, системный подход, а также изучение научной литературы, нормативных документов и открытых материалов о деятельности компании.

Структура курсовой работы включает введение, теоретическую часть, практическую часть, заключение, список использованных источников и приложения.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Понятие и сущность инновационных технологий в торговле

Современная торговля представляет собой сложную систему экономических отношений, включающую процессы закупки, хранения, продвижения и реализации товаров конечному потребителю. В её основе лежит постоянное взаимодействие производителей, посредников и покупателей, а одним из важнейших факторов развития такой системы выступают инновации, позволяющие адаптировать деятельность торговых организаций к меняющимся условиям рынка и усиливающейся конкуренции.

В широком смысле инновация понимается как внедрённое новшество, обеспечивающее получение полезного эффекта – экономического, организационного, технологического или социального. На уровне предприятия это может выражаться в росте выручки, снижении издержек, повышении качества обслуживания либо в улучшении условий труда персонала. Именно в таком прикладном, результативном смысле инновации приобретают значение для торговой деятельности.¹

Применительно к сфере торговли инновационные технологии можно определить как совокупность новых технических, цифровых, организационных и управленческих решений, целенаправленно используемых для повышения эффективности процессов продажи товаров и обслуживания покупателей. По сути, это не просто внедрение нового оборудования или программного обеспечения, а системное изменение способов работы торговой организации.² Речь идёт об обновлении логики взаимодействия с покупателем, переходе к более точным и

¹ Жукова, О.И. Инновационные методы управления в розничной торговле: опыт западных стран. Москва: Издательство «Ритейлмастер», 2019. 210 с

² Никифоров О. Левкин Г., Организация торговой деятельности 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов // ЛитРес, 2023 г. 218 с

гибким методам обработки информации, совершенствовании управления запасами и ассортиментом, а также развитии современных каналов сбыта.

Торгово-сбытовая деятельность, в рамках которой эти технологии реализуются, представляет собой систему мероприятий, направленных на доведение товаров от продавца к конечному потребителю и организацию процесса продажи с достижением запланированного экономического результата. В этом контексте инновационные технологии выступают инструментом, который позволяет сделать цепочку «товар – покупатель» более короткой, прозрачной и удобной для всех участников.³

Необходимость использования инноваций в торговле объясняется целым рядом причин. Покупатели всё чаще ожидают не только доступных цен, но и удобного, быстрого, персонализированного сервиса, когда можно выбрать способ покупки, формат получения товара и удобное время обслуживания. Торговые организации вынуждены конкурировать уже не только по цене, но и по уровню сервиса, скорости доставки, простоте оформления заказа и доступности информации о товарах. Дополнительно на торговлю влияет общая цифровизация экономики: традиционные формы обслуживания постепенно дополняются или трансформируются под воздействием онлайн-сервисов, мобильных приложений, платёжных технологий и автоматизированных систем управления.⁴

Инновации в торговле могут касаться как внешней, клиентской стороны деятельности, так и внутренней организации процессов. Одни решения непосредственно связаны с обслуживанием покупателей: сюда относятся кассы самообслуживания, системы самостоятельного сканирования товаров, мобильные приложения, программы лояльности, сервисы онлайн-заказа, доставки и самовывоза. Другие затрагивают внутреннюю часть работы предприятия – анализ спроса, прогнозирование и планирование запасов, управление ценами и акциями,

³Торговое дело. Коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Том 2 // ЛитРес, 2021 г, 318 с.

⁴ Джавадова С. А., Молчанова Л. А. Инновационные технологии в основе устойчивого развития отечественного агропромышленного комплекса // Журнал прикладных исследований. 2021. № 2. С. 46-54.

оптимизацию логистики, внедрение систем мониторинга остатков и инструментов анализа поведения клиентов. В совокупности такие решения формируют современную модель торгово-сбытовой деятельности, основанную на скорости, точности, удобстве и высокой степени технологичности.⁵

Таким образом, под инновационными технологиями в торговле целесообразно понимать интегрированную систему нововведений технического, цифрового и организационного характера, направленных на улучшение качества обслуживания покупателей и повышение экономической эффективности торгового предприятия. Их следует рассматривать как важнейший инструмент развития организации, укрепления её конкурентоспособности и адаптации к изменяющимся условиям рынка. Чем активнее торговая компания внедряет и осваивает современные решения в сфере продаж, обслуживания и управления, тем выше её возможности по удержанию клиентов, расширению рыночной доли и достижению устойчивых финансовых результатов.

1.2 Основные виды инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности

В торгово-сбытовой деятельности применяется широкий спектр инновационных технологий. Для более полного понимания их роли целесообразно классифицировать их по направлениям воздействия на деятельность торговой организации.

Первая группа — технологии обслуживания покупателей. К ним относятся кассы самообслуживания, системы самостоятельного сканирования товаров, электронные ценники, цифровые панели, мобильные приложения и онлайн-сервисы заказа. Эти технологии позволяют сделать процесс покупки более удобным

⁵ Старов С.А. Управление собственными торговыми марками// Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2023 Г
-492 С

и быстрым. Покупатель получает возможность самостоятельно выбрать способ взаимодействия с магазином: обратиться к кассиру, воспользоваться кассой самообслуживания, оформить заказ через сайт или приложение, выбрать доставку или самовывоз. Подобные решения позволяют снизить очереди, ускорить процесс покупки и повысить удовлетворенность клиентов.⁶

Вторая группа — технологии управления ассортиментом, спросом и ценообразованием. В современных торговых организациях большое значение имеют автоматизированные системы учета, анализа продаж и планирования запасов. С их помощью можно отслеживать структуру спроса, определять наиболее востребованные товарные позиции, своевременно пополнять запасы и корректировать ассортимент. Это особенно важно для сетевой торговли, где необходимо координировать работу большого числа торговых точек и учитывать региональные особенности спроса.⁷

Третья группа — логистические и складские инновации. Сюда относятся системы управления складскими процессами, автоматизация приемки и размещения товаров, цифровой контроль остатков, а также технологии, связанные с доставкой заказов покупателям. В условиях развития интернет-торговли и смешанных форм продаж именно логистика становится одним из ключевых факторов эффективности торгово-сбытовой деятельности. Быстрое комплектование заказа, его своевременная доставка и поддержание точности данных об остатках товаров напрямую влияют на качество сервиса.⁸

Четвертая группа — маркетинговые инновации и цифровые коммуникации с клиентами. Это программы лояльности, персонализированные предложения, push-уведомления, e-mail- и SMS-рассылки, специальные акции в мобильных

⁶ Ха А. Т. Экономическая сущность сбытовой деятельности // Финансовые рынки и банки. 2021. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-suschnost-sbytovoy-deyatelnosti-predpriyatiya>

⁷ Човган Н. И., Акупиян О. С. Формирование системы инновационно-ориентированного развития организаций отечественного аграрного сектора // АПК: экономика, управление. 2021. № 11. С. 3-9.

⁸ Иванов, А.А. Инновационные методы управления качеством в розничной торговле: стратегии для повышения конкурентоспособности. Москва: Издательство «Бизнес», 2023. 185 с;

приложениях, использование истории покупок для формирования рекомендаций. Данная группа инноваций важна не только для стимулирования разовых продаж, но и для формирования долгосрочной лояльности потребителей.

Пятая группа — организационно-управленческие инновации. Они выражаются в изменении подходов к принятию решений, распределению функций между персоналом и автоматизированными системами, а также в перестройке бизнес-процессов. Так, внедрение касс самообслуживания меняет роль сотрудников в торговом зале: они все меньше выполняют рутинные операции и все больше концентрируются на консультировании покупателей и контроле качества обслуживания.

Для наглядности основные виды инновационных технологий в торговом-сбытовой деятельности можно представить в таблице 1.

Таблица 1

Основные виды инновационных технологий в торговом-сбытовой деятельности

Вид инновации	Содержание	Значение для сбыта
Технологии самообслуживания	Кассы самообслуживания, самостоятельное сканирование товаров	Сокращение очередей, ускорение обслуживания покупателей
Онлайн-сервисы	Сайт, мобильное приложение, доставка, самовывоз	Расширение каналов сбыта и повышение удобства покупок
Аналитические системы	Анализ продаж, учет спроса, управление ассортиментом	Повышение точности управленческих решений
Логистические решения	Автоматизация складских и доставочных процессов	Снижение издержек и повышение скорости выполнения заказов
Программы лояльности	Персональные предложения, накопительные механизмы	Рост повторных покупок и удержание клиентов

Следовательно, инновационные технологии охватывают практически все ключевые направления торговом-сбытовой деятельности. Их использование влияет как на взаимодействие с покупателем, так и на внутреннюю эффективность предприятия⁹.

⁹ Нуриев Р.М. Курс микроэкономики: 3-е изд., испр. и доп. - М.: 2021. —624 с.

1.3 Влияние инновационных технологий на эффективность торгово-сбытовой деятельности

Эффективность торгово-сбытовой деятельности определяется способностью предприятия обеспечивать стабильный объём продаж, удовлетворять потребности покупателей и одновременно поддерживать экономическую устойчивость. Инновационные технологии оказывают на эти показатели комплексное и взаимосвязанное влияние, затрагивая как внешние, клиентоориентированные аспекты деятельности, так и внутренние процессы предприятия.

Одним из ключевых эффектов внедрения инноваций является повышение качества обслуживания покупателей. Ускорение расчётов, сокращение времени ожидания в очереди, удобство оформления заказов и возможность самостоятельно выбрать способ совершения покупки формируют положительный потребительский опыт. Покупатель, получивший удобный и быстрый сервис, с большей вероятностью вернётся в данную торговую организацию, порекомендует её другим и станет её постоянным клиентом. Таким образом, инновации в сфере обслуживания непосредственно влияют на лояльность аудитории и устойчивость клиентской базы.¹⁰

Не менее важным является влияние инновационных технологий на операционные издержки предприятия. Использование автоматизированных решений позволяет сократить трудоёмкость ряда рутинных операций, оптимизировать численность персонала на отдельных участках работы, повысить точность учёта товаров и снизить потери, связанные с ошибками или неэффективной организацией процессов.¹¹ Для торговых сетей, располагающих большим количеством магазинов, даже небольшое снижение издержек на уровне каждой точки в совокупности даёт ощутимый экономический результат. Именно

¹⁰ Веселовский М. Я. Формирование инновационной инфраструктуры // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. №2 (30).

¹¹ Сидорова, Г.М. Инновационные подходы к управлению качеством в розничной торговле России. Москва: Издательство «Бизнесинфор», 2021. 150 с;

поэтому автоматизация кассового обслуживания, складского учёта и логистических процессов входит в число приоритетных направлений развития современной розничной торговли.¹²

Параллельно с этим инновации повышают управляемость торговых сбытовыми процессами. Информационные системы позволяют предприятию в режиме реального времени получать данные о продажах, остатках товаров, покупательских предпочтениях и результативности маркетинговых акций. Это существенно улучшает качество управленческих решений: ассортиментная и ценовая политика становятся более гибкими, а планирование закупок и распределение товарных запасов — более точным. В условиях динамично меняющегося потребительского спроса такая оперативность приобретает принципиальное значение.¹³

Наконец, внедрение инновационных технологий открывает перед торговой организацией возможность расширения каналов реализации товаров. Развитие интернет-торговли, мобильных приложений, сервисов доставки и самовывоза позволяет компании охватывать более широкую аудиторию и не ограничиваться только теми покупателями, которые посещают физические магазины. Сочетание офлайн- и онлайн-продаж даёт торговым сетям возможность присутствовать в жизни потребителя в разных ситуациях: когда ему удобно зайти в магазин, когда удобнее заказать доставку или сделать покупку через приложение в любое время суток. Для крупных розничных компаний это превращается в значимое конкурентное преимущество, которое сложно воспроизвести без технологической основы.

¹² Горников Н. В., Роль инновационной среды в развитии предприятий общественного питания в региональных условиях // Техника и технология пищевых производств. 2022. №1. *obschestvennogo-pitaniya-v-regionalnyh-usloviyah*

¹³ Катеринич Т. Н., Шешко А. В. Методы и методики оценки эффективности сбытовой политики предприятия // Экономика и социум. 2023. №6-1 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-metodiki-otsenki-effektivnosti-sbytovoy-deyatelnosti-predpriyatiya>

В то же время внедрение инноваций требует определенных ресурсов. Торговая организация должна инвестировать в оборудование, программное обеспечение, обучение сотрудников и изменение бизнес-процессов. Кроме того, инновации эффективны только при условии, что покупатели готовы ими пользоваться, а персонал способен поддерживать высокий уровень сервиса. Поэтому важно не просто внедрить новую технологию, но и встроить ее в общую систему торгово-сбытовой деятельности предприятия.

Таким образом, инновационные технологии оказывают существенное влияние на эффективность торговли. Они способствуют росту качества обслуживания, снижению издержек, расширению каналов продаж и улучшению управления. В современных условиях именно инновационность во многом определяет конкурентоспособность торговой организации.

2 АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ «ЛЕНТА»

2.1 Общая характеристика организации

Розничная сеть «Лента» является одной из известных торговых компаний, работающих на российском рынке. Компания развивает сеть магазинов и цифровые сервисы для покупателей, а также осуществляет продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса. На официальном сайте компании представлены возможности оформления доставки и самовывоза, а также использование мобильного приложения, что подтверждает развитие многоканальной модели торговли.

Для выбранной темы курсовой работы «Лента» является показательной организацией, поскольку в ее деятельности можно проследить сочетание традиционной розничной торговли и современных технологических решений. Компания использует как классические форматы продаж через магазины, так и цифровые инструменты взаимодействия с потребителем. Это позволяет рассматривать ее в качестве базы для анализа использования инновационных технологий в торговле-сбытовой деятельности.

Применительно к розничной сети «Лента» можно выделить следующие основные направления деятельности:

- продажа продуктов питания и сопутствующих товаров;
- обслуживание покупателей через торговые объекты;
- развитие онлайн-канала продаж;
- организация доставки и самовывоза заказов;
- внедрение технологий самообслуживания и цифровых клиентских сервисов.

Благодаря этому торговле-сбытовая деятельность компании приобретает комплексный характер: покупатель может не только приобрести товар в магазине,

но и выбрать наиболее удобный для себя способ взаимодействия с компанией в зависимости от ситуации, времени и предпочтений.

Таким образом, розничная сеть «Лента» может рассматриваться как современная торговая организация, в которой инновационные решения используются системно и связаны с ключевыми направлениями деятельности предприятия. Компания сочетает традиционные формы торговли с цифровыми каналами продаж, развивает клиентские сервисы и демонстрирует устойчивые финансовые результаты, что делает её подходящей базой для исследования использования инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности.

2.2 Особенности торгово-сбытовой деятельности розничной сети «Лента»

Торгово-сбытовая деятельность розничной сети «Лента» строится на сочетании нескольких каналов продаж. Классическим каналом является продажа товаров через физические магазины, где покупатель самостоятельно выбирает товар, получает консультацию при необходимости и осуществляет оплату на обычной кассе или в зоне самообслуживания. Наряду с этим развивается онлайн-канал, в рамках которого покупатель может оформить заказ дистанционно через сайт или мобильное приложение, выбрать доставку или самовывоз.

Данный подход соответствует современным тенденциям развития розничной торговли. Покупатель все чаще ожидает возможности самостоятельно выбирать не только товар, но и способ покупки. Для части потребителей удобнее традиционный поход в магазин, для других — дистанционное оформление заказа с доставкой. Следовательно, эффективность торгово-сбытовой деятельности сегодня во многом определяется тем, насколько гибко организация сочетает разные каналы продаж.

Важной особенностью торгово-сбытовой деятельности «Ленты» является ориентация на удобство покупателя. Это проявляется в развитии цифровых сервисов, использовании приложения и сервисов доставки, а также во внедрении

технологий, сокращающих время обслуживания. По сути, компания стремится не только реализовать товар, но и сделать сам процесс покупки максимально комфортным.

Еще одной особенностью является высокая роль маркетинговых инструментов стимулирования сбыта. В современной розничной торговле объем продаж зависит не только от наличия товара, но и от качества коммуникации с покупателем. Программы лояльности, персональные предложения, акции, цифровые купоны и информирование о скидках через приложение становятся важным элементом системы сбыта. Через эти инструменты компания стимулирует как разовые, так и повторные покупки.

Следует также учитывать, что торгово-сбытовая деятельность крупной сети связана с необходимостью постоянного контроля за запасами, ассортиментом и наличием товаров в конкретных торговых точках. Без применения современных информационных систем такая деятельность была бы значительно менее эффективной. Следовательно, инновационные решения в данном случае выступают не отдельным новшеством, а условием нормального функционирования всей торговой системы.

Для обобщения особенностей торгово-сбытовой деятельности компании можно представить таблицу 2.

Таблица 2

Основные характеристики торгово-сбытовой деятельности розничной сети
«Лента»

Характеристика	Содержание
Основной профиль деятельности	Продажа продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса
Каналы продаж	Офлайн-магазины, сайт, мобильное приложение
Дополнительные сервисы	Доставка и самовывоз
Инструменты стимулирования сбыта	Акции, цифровые предложения, программы лояльности
Особенности обслуживания	Использование технологий самообслуживания и цифровых сервисов

Таким образом, торгово-сбытовая деятельность «Ленты» характеризуется многоканальностью, ориентацией на удобство покупателя, использованием цифровых сервисов и стремлением повысить скорость и качество обслуживания.

Одним из наиболее показательных результатов применения инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности розничной сети «Лента» является стремительное развитие сектора электронной коммерции (e-commerce). Инвестиции компании в мобильное приложение, ИТ-инфраструктуру для сборки заказов и логистику доставки позволили существенно увеличить значимость онлайн-канала продаж. Для наглядной оценки данного эффекта целесообразно рассмотреть динамику выручки компании от онлайн-продаж (рисунок 1).

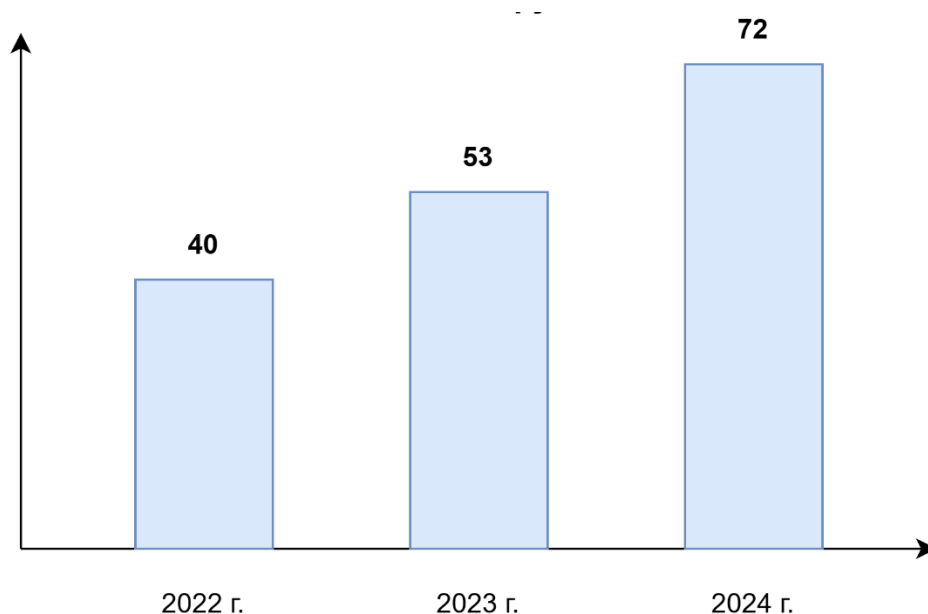


Рисунок 1 — Динамика онлайн-продаж (e-commerce) розничной сети «Лента» за 2022–2024 гг.

Как видно из представленного графика, использование цифровых инноваций в сбыте выступает мощным драйвером коммерческого роста. Уверенная восходящая динамика подтверждает эффективность выбранной стратегии: покупатели активно переходят на дистанционные форматы покупок. Это

доказывает, что внедренные компанией ИТ-решения и онлайн-сервисы напрямую способствуют расширению каналов сбыта и увеличению общего товарооборота. Такая динамика стала возможной благодаря расширению географии экспресс-доставки, активному внедрению сервисов самовывоза (Click & Collect) и интеграции программ лояльности в цифровые сервисы компании.

2.3 Оценка использования инновационных технологий в деятельности компании

Анализ открытых материалов позволяет сделать вывод о том, что в деятельности розничной сети «Лента» применяются несколько значимых направлений инновационных технологий.

Первое направление — технологии самообслуживания. В открытых источниках сообщалось об установке касс самообслуживания в магазинах сети, а также о развитии сервисов для самостоятельных покупок. Кроме того, сеть совершенствовала сервис «Лента-СКАН», позволяющий покупателям самостоятельно сканировать товары, в том числе на основе списка покупок. Эти решения направлены на то, чтобы ускорить обслуживание, сократить очереди и сделать процесс покупки более удобным.¹⁴

Второе направление — развитие онлайн-сервисов. На официальном сайте компании указано, что покупателям доступны доставка и самовывоз, а также использование мобильного приложения.¹⁵ Для торгово-сбытовой деятельности это имеет большое значение, поскольку позволяет расширять канал продаж и обеспечивать контакт с покупателем за пределами физического магазина.

¹⁴ «Лента» усовершенствовала сервис самостоятельного сканирования покупок // New Retail. – 12.12.2021. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://new-retail.ru/novosti/retail/lenta_usovershenstvovala_servis_samostoyatel'nogo_skanirovaniya_pokupok1917/

¹⁵ Онлайн-заказы и доставка в «Ленте» // Официальный сайт сети «Лента». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.com/i/pokupatelyam/online-sale/>

Фактически речь идет о переходе от только офлайн-модели к более гибкой модели, ориентированной на разные потребности клиентов.

Третье направление — цифровая коммуникация с покупателями. Использование приложения, электронных предложений и инструментов стимулирования покупок позволяет компании поддерживать постоянное взаимодействие с клиентом. Такие решения помогают напоминать о бренде, информировать о скидках, удерживать покупателей и повышать вероятность повторных покупок.¹⁶

Четвертое направление — организационные изменения, связанные с внедрением технологий. Например, кассы самообслуживания меняют структуру работы персонала в торговом зале.¹⁷ Сотрудники в меньшей степени заняты выполнением однотипных расчетных операций и в большей — контролем, консультированием и сопровождением покупателей. Это означает, что технологические инновации влияют не только на сервис, но и на организацию труда.

Оценка использования инновационных технологий в деятельности компании представлена в таблице 3.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что инновационные технологии занимают заметное место в деятельности компании. Их внедрение связано прежде всего с повышением удобства для покупателя, расширением способов совершения покупки и улучшением организации процесса продажи.

¹⁶ «Лента» запустила сервисы для самостоятельных покупок в семи городах России // Retail.ru. – 27.12.2021. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/lenta-zapustila-servisy-dlya-samostoyatelnykh-pokupok-v-semi-gorodakh-rossii-27-dekabrya-2021-212450/>

¹⁷ «Лента» установила кассы самообслуживания ещё в 44 гипермаркетах // Retail.ru. – 31.01.2024. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/lenta-ustanovila-kassy-samoobslyuzhivaniya-eshche-v-44-gipermarketakh/>

**Использование инновационных технологий в торгово-сбытовой
деятельности розничной сети «Лента»**

Направление инноваций	Конкретное проявление	Значение для деятельности
Технологии самообслуживания	Кассы самообслуживания	Сокращение времени обслуживания и очередей
Самостоятельное сканирование	Сервис «Лента-СКАН»	Повышение удобства покупок и ускорение процесса расчета
Онлайн-сервисы	Доставка, самовывоз, мобильное приложение	Расширение каналов продаж
Цифровые коммуникации	Информирование клиентов через приложение и онлайн-сервисы	Удержание покупателей и стимулирование повторных покупок

Вместе с тем необходимо отметить, что открытые источники не всегда содержат подробные количественные данные о коммерческом эффекте внедрения конкретной технологии. Поэтому в рамках данной курсовой работы оценка проводится преимущественно на качественном уровне.

2.4 Направления совершенствования использования инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности «Ленты»

На основании проведенного анализа можно предложить несколько направлений совершенствования использования инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности розничной сети «Лента».

Прежде всего уточнения требуют шаги, связанные с развитием технологий самообслуживания. Поскольку компания уже внедряет кассы самообслуживания и сервисы самостоятельного сканирования товаров, практическим направлением совершенствования может стать постепенное увеличение доли операций, проходящих через такие зоны, в тех магазинах, где сохраняются очереди к традиционным кассам. Для этого возможно локальное перераспределение кассовых линий в пользу касс самообслуживания, перенастройка планировки зала, установка более наглядной навигации и организация дежурства консультанта у зоны КСО,

который будет помогать покупателям при первом использовании сервиса. При таком подходе технология переходит из стадии «дополнительного сервиса для желающих» в привычный и массовый способ расчёта, что способствует устойчивому снижению времени обслуживания.

Не менее конкретные шаги могут быть выделены в направлении развития цифровых сервисов и мобильного приложения. С учётом того, что «Лента» уже предоставляет возможность оформить доставку и самовывоз через сайт и приложение, следующим этапом развития может стать упрощение сценариев оформления заказа: сокращение количества шагов при добавлении товаров в корзину, более наглядное отображение доступных слотов доставки, автоматическое предложение ближайшего магазина для самовывоза и интеграция с картой магазина для поиска товаров. Дополнительно можно рассмотреть внедрение функции сохранения типовых корзин (например, «еженедельная покупка»), чтобы постоянные клиенты могли оформлять заказ в несколько нажатий. Такие улучшения не требуют принципиально новых технологий, но значительно повышают удобство использования уже существующих цифровых каналов.

В области персонализации сбыта конкретным направлением может стать более активное использование данных программы лояльности и сервиса «Лента-СКАН» для формирования индивидуальных предложений. Поскольку при сканировании покупок и использовании карты лояльности система получает информацию о структуре корзины клиента, компания способна выделять группы товаров, приобретаемых регулярно, и на этой основе формировать адресные скидки и купоны. Практическим шагом может быть запуск в приложении отдельного раздела «Персональные предложения», где клиент будет видеть ограниченный, но максимально релевантный набор акций. Это позволит сократить информационный шум и одновременно повысить вероятность отклика на промоакции.

Конкретизация требуется и в части совершенствования логистики онлайн-заказов. Поскольку на сайте и в приложении уже предусмотрены сервисы доставки

и самовывоза, дальнейшим шагом может быть введение более чёткой дифференциации по зонам и времени доставки, а также отслеживание статуса заказа в режиме реального времени. Например, покупателю может предоставляться пошаговая информация: «заказ собирается», «сборка завершена», «заказ передан курьеру», «заказ ожидает вас в пункте самовывоза». Это снижает неопределённость и делает сервис более прозрачным. Для самовывоза возможна организация отдельной зоны выдачи онлайн-заказов и установка понятной навигации в торговом зале, что сокращает время нахождения клиента в магазине и делает формат самовывоза более привлекательным.

Наконец, более адресного наполнения требует направление, связанное с информированием покупателей о наличии инновационных сервисов и правилах их использования. Практическим решением может стать разработка простых пошаговых инструкций по работе с кассами самообслуживания и сервисом самостоятельного сканирования, размещённых непосредственно в зоне КСО, а также в мобильном приложении и на сайте. Эффективным дополнением будут короткие обучающие видеоролики на экранах в торговом зале, а также временное выделение сотрудника-консультанта для помощи покупателям в периоды активного внедрения новых сервисов. В результате инновации перестают восприниматься как сложная и необязательная опция и становятся естественной частью процесса покупки для широкой группы клиентов.

В совокупности такие конкретные шаги позволяют рассматривать инновационные технологии не просто как набор разрозненных технических решений, а как рабочий инструмент управляемого улучшения торгово-сбытовой деятельности. Для «Ленты» реализация указанных направлений означает возможность не только поддерживать уже достигнутый уровень сервиса, но и последовательно повышать удобство обслуживания, укрепляя долгосрочную лояльность покупателей и усиливая конкурентные преимущества сети.

Для систематизации предлагаемых мероприятий представим таблицу 4.

Таблица 4

**Рекомендуемые направления совершенствования использования
инновационных технологий**

Направление	Содержание предложения	Ожидаемый результат
Совершенствование самообслуживания	Увеличение количества касс самообслуживания, улучшение навигации и сопровождения покупателей, расширение использования сервиса «Лента-СКАН»	Сокращение очередей, ускорение расчётов, рост доли операций через самообслуживание
Развитие сайта и мобильного приложения	Упрощение оформления заказа, сохранение типовых корзин, улучшение поиска и выбора времени доставки или самовывоза	Рост удобства онлайн-покупок, увеличение числа заказов, усиление лояльности
Персонализация предложений	Использование данных программы лояльности для индивидуальных скидок и рекомендаций	Увеличение повторных покупок и эффективности акций
Совершенствование онлайн-заказов и логистики	Улучшение самовывоза, отслеживание статуса заказа, повышение точности комплектации и соблюдения сроков	Повышение качества сервиса и снижение числа претензий
Информационная поддержка сервисов	Инструкции и подсказки по работе с КСО и «Лента-СКАН» в зале и в приложении, помощь персонала	Более широкое использование инновационных сервисов, уменьшение затруднений у покупателей
Контроль очередей и загрузки залов	Мониторинг потока покупателей для своевременного открытия касс и регулирования нагрузки зон самообслуживания	Снижение перегрузки кассовой зоны и повышение качества обслуживания

Представленные в таблице направления совершенствования не следует рассматривать изолированно друг от друга. Они образуют взаимосвязанную систему мер, нацеленных на повышение качества обслуживания и эффективности торгово-сбытовой деятельности розничной сети «Лента». Развитие самообслуживания и контуров контроля очередей позволяет разгрузить кассовую зону и ускорить расчёты, в то время как улучшение сайта и мобильного приложения, а также совершенствование онлайн-заказов и логистики повышают удобство дистанционных покупок и делают цифровые сервисы более привлекательными для клиентов. Персонализация предложений усиливает эффект

от уже существующих программ лояльности и стимулирует повторные покупки, а информационная поддержка инновационных сервисов помогает покупателям быстрее адаптироваться к новым форматам обслуживания. В совокупности реализация указанных мероприятий способствует укреплению конкурентных позиций компании и формированию у покупателей устойчивого положительного отношения к бренду.

Следовательно, дальнейшее совершенствование торгово-сбытовой деятельности «Ленты» должно строиться на сочетании технологического развития, цифрового сервиса и удобства для потребителя. Наиболее перспективным является комплексный подход, при котором инновации не внедряются изолированно, а становятся частью общей стратегии компании по улучшению качества обслуживания и стимулированию продаж.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения курсовой работы были рассмотрены теоретические и практические аспекты использования инновационных технологий в торговле-сбытовой деятельности на примере розничной сети «Лента».

В первой главе были изучены сущность инноваций и инновационных технологий в торговле, рассмотрены их основные виды и определено влияние инновационных решений на эффективность торговли-сбытовой деятельности. Проведенный анализ показал, что инновации в торговле охватывают обслуживание покупателей, управление ассортиментом, логистику, цифровые коммуникации и организацию внутренних процессов. Их использование способствует повышению качества сервиса, расширению каналов продаж, снижению издержек и росту конкурентоспособности предприятия.

Во второй главе была дана характеристика розничной сети «Лента» как объекта исследования и рассмотрены особенности ее торговли-сбытовой деятельности. Установлено, что компания сочетает традиционные формы розничной торговли с развитием цифровых сервисов, включая доставку, самовывоз, мобильное приложение и технологии самообслуживания. Это позволяет сделать вывод о том, что инновационные технологии занимают важное место в организации сбыта компании.

Проведенная оценка показала, что использование касс самообслуживания, сервиса «Лента-СКАН», онлайн-сервисов и цифровых каналов взаимодействия с клиентами способствует повышению удобства покупок, ускорению обслуживания и расширению возможностей реализации товаров. При этом открытые источники не всегда позволяют количественно измерить полный экономический эффект внедрения данных решений, что требует осторожности в формулировках и опоры только на подтверждаемые факты.

На основе анализа были предложены направления совершенствования использования инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности «Ленты». К ним отнесены дальнейшее развитие технологий самообслуживания, совершенствование мобильного приложения и сайта, персонализация предложений, повышение эффективности логистики онлайн-заказов и расширение информирования покупателей о цифровых сервисах.

Таким образом, цель курсовой работы достигнута, а поставленные задачи выполнены. Использование инновационных технологий в торгово-сбытовой деятельности действительно выступает важным фактором развития современных торговых организаций. На примере розничной сети «Лента» подтверждается, что инновации позволяют улучшать качество обслуживания, повышать эффективность продаж и укреплять конкурентные позиции предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. действующая). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
2. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. действующая). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.

Учебная и научная литература

3. Веселовский М. Я. Формирование инновационной инфраструктуры // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. №2 (30).
4. Горников Н. В., Роль инновационной среды в развитии предприятий общественного питания в региональных условиях // Техника и технология пищевых производств. 2022. №1. [obschestvennogo-pitaniya-v-regionalnyh-usloviyah](#)
5. Джавадова С. А., Молчанова Л. А. Инновационные технологии в основе устойчивого развития отечественного агропромышленного комплекса // Журнал прикладных исследований. 2021. № 2. С. 46-54.
6. Жукова, О.И. Инновационные методы управления в розничной торговле: опыт западных стран. Москва: Издательство «Ритейлмастер», 2019. 210 с
7. Иванов, А.А. Инновационные методы управления качеством в розничной торговле: стратегии для повышения конкурентоспособности. Москва: Издательство «Бизнес», 2023. 185 с;
8. Катеринич Т. Н., Шешко А. В. Методы и методики оценки эффективности сбытовой политики предприятия // Экономика и социум. 2023. №6-1 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-metodiki-otsenki-effektivnosti-sbytovoy-deyatelnosti-predpriyatiya>
9. Никифоров О. Левкин Г., Организация торговой деятельности 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов // ЛитРес, 2023 г. 218 с.

10. Нуриев Р.М. Курс микроэкономики: 3-е изд., испр. и доп. - М.: 2021. — 624 с.
11. Сидорова, Г.М. Инновационные подходы к управлению качеством в розничной торговле России. Москва: Издательство «Бизнесинфор», 2021. 150 с;
12. Старов С.А. Управление собственными торговыми марками// Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2023 Г -492 С
13. Торговое дело. Коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Том 2 // ЛитРес, 2021 г, 318 с.
14. Ха А. Т. Экономическая сущность сбытовой деятельности // Финансовые рынки и банки. 2021. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-suschnost-sbytovoy-deyatelnosti-predpriyatiya>
15. Човган Н. И., Акупиян О. С. Формирование системы инновационно-ориентированного развития организаций отечественного аграрного сектора // АПК: экономика, управление. 2021. № 11. С. 3-9.

Электронные ресурсы

16. «Лента» усовершенствовала сервис самостоятельного сканирования покупок // New Retail. – 12.12.2021. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://new-retail.ru/novosti/retail/lenta_usovershenstvovala_servis_samostoyatel'nogo_skanirovaniya_pokupok1917/
17. Онлайн-заказы и доставка в «Ленте» // Официальный сайт сети «Лента». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.com/i/pokupatelyam/online-sale/>
18. «Лента» установила кассы самообслуживания ещё в 44 гипермаркетах // Retail.ru. – 31.01.2024. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/lenta-ustanovila-kassy-samoobslyzhivaniya-eshchye-v-44-gipermarketakh/>

«Лента» запустила сервисы для самостоятельных покупок в семи городах России // Retail.ru. – 27.12.2021. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/lenta-zapustila-servisy-dlya-samostoyatelnykh-pokupok-v-semi-gorodakh-rossii-27-dekabrya-2021-212450/>