

Тюмень – торговые сети будущего

Какой будет торговая система Тюмени в будущем – об этом 25 августа дискутировали представители молодого поколения на фокус-группе в рамках реализации концептуального проекта «Тюмень – образ будущего. Торговля». Проект реализуется в формате муниципального гранта, мероприятие состоялось в Общественной приемной ОПТО (Котовского 54/3).

В качестве экспертов были приглашены члены Общественной палаты Тюменской области: **Алексей Кучеров** - Председатель Тюменского регионального отделения общероссийской общественной организации «Союз садоводов России», кандидат экономических наук, членкор Международной академии образования, **Тимур Нигматуллин** - Директор, АНО «Вдохновение», магистр истории, автор социального проекта «Инклюзивный путь», эксперты **Виктория Бондарь** - Директор Тюменского регионального благотворительного Фонда «Земляне», **Андрей Мутьев** – Президент Регионального научно-исследовательского Фонда «Земля Сибирская». Автор и модератор проекта – **Светлана Ярославова** подготовила программу и презентацию для проведения дискуссии с элементами деловой игры.



Товар идет к человеку

Одним из перспективных направлений является рынок интернет-торговли. Главным прогностическим моментом будущей торговли является то, что не человек идет к товару, а товар – к человеку. На первом этапе товар приносит курьер, но впоследствии будут применяться специальные транспортеры, которые доставят малогабаритный груз прямо к заказчику (новые жилища будут оснащены такими транспортерами). В период пандемии коронавируса доставка продуктов и товаров на дом стремительно выросла в объемах. Это побудило развить курьерскую службу с использованием легкого транспорта – велосипедов, мотоциклов, в будущем – дронов.

Позитив торговли с доставкой потребителю, по мнению юных участников фокус-группы, большой. Экономия времени, не возьмешь лишнего (соблазн взять больше и наполнить тележку с гипермаркетах приводит к перерасходу лимита средств), отсутствие очередей. Получить товар могут люди с ограниченными возможностями (матери в декрете, инвалиды, пожилые и т.д.), а также те, кто избегает лишних прямых контактов (например, в период пандемии коронавируса). Через Интернет идет больше информации о товаре и ассортименте, никто и ничто не отвлекает от изучения товаров, не надо проходить через кассу, работают бонусные системы, скидки, кэшбэк и т.д.

Минусы такой торговли состоят в том, что можно получить некачественный товар, его нельзя рассмотреть, пощупать, понюхать. Торговые сети лишаются части дохода за счет того, что люди не берут лишнего, и маркетинговые изыски излишни. Доставка может быть долгой, товар может идти неделю и больше. Могут быть повреждения упаковки, просрочка. Сложно приобрести некоторые виды товаров, например, духи, косметику, крупногабаритные и дорогие товары (драгоценности, украшения), - слишком велики риски. Но главное – это опасность, что под видом курьера вход на порог квартиры, дома, могут получить жулики и мошенники. Курьеры также могут подвергнуться нападению грабителей, которые могут просто отобрать товар у подъезда дома, на парковке.

Эксперты упомянули, что товар идет к человеку уже не первый год, например в сети «АШАН» работает система распознавания лиц покупателей, которым сразу же предлагают нужный им товар. Скептики, правда, полагают, что это слишком дорогой вид погони за покупателем, и он может даже не окупиться. Здесь, правда, нет персональных данных, поскольку лицо как таковое не входит в перечень ПД. Наши люди с неудовольствием относятся к такого рода контролю, как это развито в Китае, в Германии, например.

Перевесят ли плюсы минусы? Однако могут возникнуть такие обстоятельства, когда интернет-торговля и доставка товаров курьером окажутся единственно возможным способом, как это случилось в период пандемии коронавируса. Объем заказов через интернет возрос в разы, особенно в крупных городах (чем больше мегаполис, тем больше бесконтактной торговли).

Наши эксперты пришли к выводу, что такой способ будет развиваться и дальше, и в конце концов станет ясно, какие именно товары следует покупать он-лайн, а какие – в торговых центрах.

Мини-логистика по месту жительства

Развитие модели «товар идет к человеку» приведет к необходимости соответствующей сети доставки, привлечения огромного количества курьеров и обеспечения их транспортными средствами, в том числе индивидуальными мобильными, о которых мы говорили на предыдущей фокус-группе. Анализируя маршруты поставки товаров, можно прийти к выводу, что они представляют собой хаотично выстроенную паутину, в которой слишком много лишних траекторий. Гораздо выгоднее складировать товары непосредственно у места их потребления, особенно это касается продуктов питания.

Для обеспечения одного жилого многоквартирного комплекса потребуется развить аналог формата «дискаунтер» - логистического центра в зоне шаговой доступности. Можно прийти туда лично и получить товар, а можно просто заказать его. Терминалы дискаунтера могут размещаться в каждом жилом комплексе, и даже в каждом подъезде, квартире, доме, только заказы. Мини-магазин будущего не похож на современный – с прилавками, витринами, полками и вешалками. Это, скорее, склад, напоминающий минимаркет. В каждом таком складе будут собираться товары первой необходимости по потребности жилого комплекса.

Дворовые магазинчики, которые уже не выдерживают конкуренции, и тихо вымирают, несмотря на их востребованность, как-то узнают, что именно надо жителям, ориентируются по закупке, не проводя анкетирования. Следовательно, это возможно, а если провести маркетинговое исследование? Такое исследование в ряде городов проводят «умные» холодильники, которые «знают», что, когда нужно купить, чтобы он был полным.

Эксперт Виктория Бондарь предполагает развитие торговли в кредит, но не деньгами, а продуктами. Вот, нет у человека денег, уволили, сократили, а мини-маркет уже рассчитал не него закупку, не выбрасывать же! Все равно когда-либо человек рассчитается, или отработает – тоже одна из мер, которая ныне не используется, а для попавших в трудную жизненную ситуацию может стать единственно возможной, чтобы просто поесть.

Создание Банка данных потребностей

Развитие мини-логистических центров внутри жилых кварталов приведет к созданию Банков потребления, в которых будет аккумулироваться подробная персональная информация обо всех потребностях отдельно взятого жилого квартала, дома. Список заявленных на поставку продуктов (товаров) не содержит персональных данных, да они и не нужны. Можно просто закодировать каждого покупателя, присвоить ему идентификационный номер. Все заявки формируются через терминалы, либо через сети интернет – неважно (однако смартфон вас идентифицирует, если такого желания нет, то удобнее будет пользоваться терминалом). На сегодняшний день препятствий к реализации такого прогностического сценария нет. Технические средства это позволяют сделать, потребность в этом есть. Этот прогноз сбудется в ближайшие годы. Начало созданию таких банков положено в частных фирмах, где уже давно создаются списки клиентов с учетом их потребностей.

Сжатие ассортимента

В связи с созданием Банков потребностей прогнозируется сжатие ассортимента товаров и услуг. Это важный прогностический аспект. Сегодня мы наблюдаем огромное количество товаров одной и той же группы. Например, в СССР выпускалось 129 видов колбас, хотя многие помнят только 3-5 видов. А сколько их сейчас – тысячи! Опросы покупателей, изучение спроса свидетельствует о том, что наиболее востребованы всего 15-20 сортов. Аналогично с сырами, маслом, молоком, мясом и так далее. Самым сложным для покупателя является выбор. Именно от этой тяжелой интеллектуальной работы люди устают после посещения гипермаркетов. Обилие выбора затрудняет выбор, принятие решения требует больших энергетических затрат. Это выматывает. В принципе, что нужно людям: при меньших затратах получить качественный товар – вкусный и полезный.

Все эти расчеты легко произвести программным методом. Вы намерены потратить на колбасу 500 рублей. При этом хотите, чтобы она была свежей, конской, копченой, без жира. Заводите параметры в программы, и она вам вычислит, сколько данной колбасы вы получите за эти деньги. Для полного удовлетворения потребности понадобится заполнить анкету про колбасу. Это утомительно, но программа запомнит ваши пристрастия. Постепенно выработается индивидуальный ассортимент для каждого потребителя, что позволит планировать выпуск того или иного сорта продукта. Определенно, конкуренция выдавит мелких производителей, произойдет крупная интеграция, что позволит не отягощать рекламой и без того известные марки. Сорта будет меньше, ассортимент сузится до «золотого сечения», а изыски – уникальные

сорта по эксклюзивным рецептам – останутся в ведении семейных или именных корпораций.

Народная торговля

Одним из наиболее уязвимых видов торговли является торговля народная, когда на улице, рядом с магазинами, с прилавков или автомобилей в любом бойком месте формируются стихийные рынки продажи продуктов питания (дачной продукции), вещей. Минусов у такой торговли много: стихийность рынка, антисанитария, избыток продавцов на один товар, оплата наличными, непроверенный товар, сложность его сохранения в товарном виде в течение дня, тяжелый труд, в т.ч. пожилых людей, нерентабельность и т.д. Но, при всех этих недостатках, по мнению наших экспертов, народная торговля дает возможность финансовой поддержки пенсионеров, деревенских фермеров, что важно, особенно в условиях экономического кризиса. Для некоторых семей такая форма торговли – единственный источник дохода. Еще один плюс – лишние продукты с дачных участков находят своего потребителя, а не идут на свалку. Люди торгуют, но у каждой тыквы один продавец, чаще всего – пожилая дачница. И они находят возможность общения, не сидят дома, избегают одиночества.

Алексей Кучеров с уверенностью говорит о том, что дачники способны прокормить город в голодный год, но большинство все-таки выращивает столько, сколько нужно семье, хотя могли бы намного больше. В народной торговле нет слаженности, нет системы, нет возможностей сдать свой товар без выхода на продажу с рук. Многие хотели бы сдать, поскольку продавать стесняются, да и времени нет. Вопрос о создании специализированных прилавков в едином стиле рядом с остановочными комплексами и магазинами прямо на тротуаре стоял давно. Но пока – воз и ныне там. Одно время уличная торговля была запрещена, но в 2018 году Владимир Якушев отменил запрет, когда люди торгуют своим товаром, а не спекулируют оптовыми закупками. К тому же эти продукты не облагаются налогом, что тоже плюс.

Торговля предметами народного промысла более-менее сложилась. Многие произведения народного искусства продаются через интернет, принимаются на реализацию в киоски и магазины как сувениры, но далеко не все. Умельцы не умеют продавать, они люди творческие. Объединить оба качества получается не у всех. Если муж творит, а жена торгует, то все прекрасно, а если нет?

Таким людям надо помогать. В ходе дискуссии возникла идея мобильной закупки продуктов с дач, а также предметов народного промысла. Создать такой дачный агрохолдинг, но пока только «Ягода +» закупает ягоду. В вот интегрировать желающих продать экологически чистую продукцию с дач пока не удалось никому. Как узнать, чистая она или нет? А.Кучеров дает ответ и на этот вопрос. Сегодня в ход пошли экологические паспорта, которые выдают целым СНТ. Если есть гарантии, то дачная продукция просто шикарная, и ее надо продавать дороже сетевой. На самом деле, она продается дешевле, по крайней мере, в Тюмени. Как бы то ни было, народная торговля была, есть и будет, а вот какие она примет формы – вообразить сложно.

Еще один лозунг завтрашнего дня – «Торгуют все!». Зачем нам посредники? Люди продают вещи, реликвии, оказывают услуги друг другу, и при этом не платят налоги – только проценты за переводы. В этом нам снова помогает Интернет. В торговлю стремительно ворвался рынок продаж от частного лица к частному, а также от юрлица к частному и наоборот. В развитии проекта «человек-банк» это кажется вполне реальным.

Рациональное потребление и обмен

Мы определенно двигаемся по линии изобилия, и думаем, что все будет только лучше и больше. Но и это не так. В будущем мы станем рациональными аскетами. Рационы и потребительские пакеты будут рассчитаны так, чтобы не оставалось ничего не съеденного, не изношенного, не использованного. Все отходы уйдут в переработку. Появится и нано-еда, от которой мы бы сегодня отвернулись. При этом, привычная пища из натуральных продуктов будет доступна далеко не каждому. Технология одежды также изменится. И этот пестрый, изнеженный, избалованный мир, в сочетании с голодным и нищим миром, превратится в оптимальный, рациональный, четко рассчитанный и распределенный по всему человечеству ресурс на уровне минимального, но достаточного потребления. Все будут сыты и одеты, а что касается дополнительных опций – то это труд, талант и немного удачи.

Цивилизация создала условия, в которых каждый дом, каждый потребитель постепенно заполняет свое персональное пространство вещами, которыми он не пользуется. В Америке это превратилось в настоящее бедствие. Дома напоминают складские помещения, заваленные товаром с этикетками в упаковках. Их даже не раскрывают. Это следствие шопоголизма – неумеренного потребления. Чтобы исправить этот недуг, необходимо развить сеть вторичной торговли – сбыта вещей, бывших в употреблении. Этот проект набирает обороты. Но в перспективе люди будут прибегать к прокату, и только немногие личные персональные вещи останутся в доме навсегда. К тому же надо учесть, что люди будущего – полноценные аскеты, им лишнего не надо.

Несмотря на развитие Интернет-торговли, еще долго, а может быть навсегда, сохранятся форматы так называемой лавочной торговли – из рук руки, где происходит общение продавца с покупателем, и этот ретро-стиль превратится в особый вид развлечения. При этом одним из форматов такого развлечения представляется обмен вещами и предметами – не только ярмарка, но и «дармарка».

Молл – «юла» желаний

Во всем мире, как и в России и в Тюменской области, сети гипермаркетов являются экономически устойчивыми образованиями, востребованы и продолжают развиваться. Практически сразу же - на этапе становления этого формата в гипермаркетах появились дополнительные услуги: парикмахерские, кафе, рестораны, детские комнаты, комнаты отдыха, киномаксы и т.д.

Торговый дом стал общим местом, где можно приятно и полезно провести время. В этом смысле мы копируем Запад. Но Запад идет вперед. Сегодня там активно развивается торговый тип - молл. Основу молла, как правило, составляет ряд крупных магазинов, называемых якорями. Они соединены между собой крытыми галереями, в которых располагается множество небольших магазинов (бутиков), ресторанов, кафе, парикмахерских, химчисток. Галереи замкнуты в кольцо, по которому проходит покупатель.

Молл — это кольцо - огромный торговый и культурно-развлекательный центр, предназначенный для посещения большим количеством людей одновременно. Однако ни Запад, ни другие страны еще не пришли к более перспективному формату, который будет представлять собой симбиоз гостиничного и торгово-развлекательного комплекса, а позднее и жилищного. ТРЦ + Гостиничный комплекс – обитание, пребывание, проживание, отдых. Некоторые люди, особенно молодые, будут там жить, работать, учиться, проводить свободное время, развлекаться и заниматься спортом.

Слабым местом гипермаркетов и моллов является способ передвижения - слишком велики расстояния внутри комплекса. Эта проблема будет решена радикально, что потребует перестройки всех квадратно-гнездовых гипермаркетов. Торгово-развлекательные комплексы станут похожими на «юлу», внутри которой в постоянном движении находятся спиралевидные транспортные ленты, а в сердцевине конструкции – вертикальные скоростные лифты. Посетители будут перемещаться с одного места в другое при помощи транспортной ленты к эскалаторам и лифтам.

Кассы претерпят реформу. Расчет будет производиться с момент открепления товара от стойки. Взял товар – тут же с карты снимают деньги. Вернул товар на место в течение определенного времени – деньги возвращаются. Это нововведение будет направлено на ликвидацию многочисленного воровства и экономию путем сокращения кассового персонала. Без электронного счета в такой супер-магазин никого не пропустят и не выпустят.

Первое время гостиничный и жилищный комплексы при гипермаркетах будут предназначены только для персонала, а впоследствии – для всех желающих по системе типа Таймшер. Примерно 30-35% всего народонаселения составят так называемые мобильные группы. Им будет удобно в одном месте работать, зарабатывать, и тут же тратить заработанные деньги на жизнь, не выходя за пределы комплекса: питаться, общаться, совершать покупки в одном месте.

Оценят такое новшество и гости города, которым не придется метаться по незнакомому мегаполису в поисках товара или кафе. Уже сейчас многие семьи выходные дни проводят в гигантских торгово-развлекательных комплексах. Молодежь часами «зависает» с ноутбуками и планшетами в кафе, потребляя одну быструю еду за другой, перемежая все это просмотрами фильмов и развлечениями. Номера в молле будут дешевле, чем в традиционных гостиницах, где на содержание отдельного здания и обслуживание тратится большое количество средств. Архитектурно эти гигантские вместительные комплексы людей, еды, товаров и услуг приобретут совершенно новые очертания – овалов, спиралей, колец, пирамид и прочих геометрических изысков.

Практически это будут мини-города со своим внутренним населением из мобильной группы - для жизни в полном объеме вариаций жизнедеятельности многополярного мегаполиса. И, чтобы не было душно и грустно, там образуются сады, фонтаны и прочие ландшафтные красоты, которые будут привлекать всех без исключения: и детей и взрослых. Там же будут предоставляться различные кредиты – быстро и без проволочек и тут же будут созданы возможности отработать кредит, не выходя за периметр. Так некоторые особенно незадачливые потребители окажутся в сетях этих торговых сетей.

В молле будущего, в отличие от современных гипермаркетов и ТРЦ, появится встроенный в «экватор» молла-юлы гостиничный комплекс - на уровне 2-3 этажа.

Постепенно люди все больше будут затягиваться в глубину моллов, отдавая им свое время и деньги. Само пребывание в таких комплексах вызывает особое состояние эйфории, когда человек, созерцающий сверкающий калейдоскоп молла, впадает в иллюзию, что «это все мое». Не исключено, что для комплексного доступа к услугам будет применяться абонемент по принципу «все включено».

Нашим молодым участникам был задан вопрос: как они видели свое участие в жизни мола? Ответы были разные: кто-то видит себя поваром, кулинаром, кто-то продавцом в кафе и закусочных, а кто-то менеджером по персоналу, руководителем развлекательно - спортивных комплексов. Лишь один из 20-ти участников видит себя только в качестве покупателя, и еще одна девушка хотела бы выйти замуж за владельца такого мола.

Во всяком случае, дискурс был насыщенным и интересным. За два часа мы рассмотрели много тем, направлений, выработали новые идеи, которые кажутся перспективными и реальными.

Автор проекта «Тюмень – образ будущего» - Ярославова С.Б.

