



Недавно опубликованный материал «Российской Диабетической Газеты» - [«Как умные кассовые аппараты изменят жизнь торговли, производителей и потребителей в ближайшее десятилетие – фантастически осуществимый проект МОО РДА»](#) вызвал живой интерес как со стороны крупнейших торговых организаций, так и со стороны производителей кассового, торгового оборудования и программного обеспечения. Публикуем открытую часть подробностей проекта для привлечения более широкого круга интересантов, успевающих запрыгнуть в уходящий поезд.

©: М. В. Богомолов, 2018.

Цель: Повышение объемов продаж здоровых (функциональных, диетических, диабетических, специализированных, прошедших добровольные сертификации, детских и иных) продуктов питания.

Участники: производители, торговые сети, производители торгового оборудования, потребители, возможно органы здравоохранения, потребители

Предпосылки, смысл идеи:

Учитывая складывающийся в последние годы социальный и государственный запрос, граничащий с вызовом безопасности страны, на оздоровление питания населения, при

ограниченной покупательской способности большинства потребителей и при ограниченности государственных ресурсов для осуществления декларированных программ считаем наиболее перспективным создание и внедрение в продовольственных торговых сетях усовершенствованных типов кассовых аппаратов. С нашей точки зрения такой аппарат должен считывая штрих-код товара или QR – код товара распечатывать не только список купленных товаров с их количеством, ценой и НДС, но и на чеке, лучше на приложении к чеку распечатывать количество купленных жиров, белков, углеводов, килокалорий, возможно иных пищевых ингредиентов и характеристик, которые являются обязательными компонентами упаковки по соответствующему Федеральному Закону. Такие кассовые аппараты станут передовым конкурентным преимуществом на первые годы для торговых предприятий, которые их внедрят. Наша МОО РДА и Российская Диабетическая Газета не является ни производителем, ни лобби какого-либо производителя кассовых аппаратов. Мы не претендуем на регистрацию этой идеи в Патентном ведомстве. Преследуем цель преформирования спроса торговых предприятий на новое перспективное торговое оборудование, основным компонентом которого должны стать такие кассовые аппараты.

При электронном или наличном расчете за купленные товары потребитель должен получать копию приложения к чеку на свой мобильный телефон и/или на электронную почту, или распечатку в руки к которой привязана его банковская карта, и/или карта лояльности покупателя, номер его мобильного телефона. Сбор и анализ соответствующей информации о потребителях и их группах позволит грамотнее строить рекламно-маркетинговые компании, план заказа групп товаров по SKU, план производства товаров, включая план производства частных торговых марок. Будет складываться Новый Порядок системы взаимоотношений торговли, потребителя и производителей. . Медицинское сообщество станет частью образовательно – маркетинговой компании, потому как появится более объективная возможность анализа данных о различных группах потребителей, о том в каких группах-комплектах покупаются продовольственные товары, как это зависит от уровня платёжеспособности, о взаимосвязях потребительского выбора, состояния здоровья, продолжительности жизни. Торговля получает мощнейшие рычаги управления процессами, которые ранее находились вне поля её зрения.

По - иному будут складываться задачи мерчендайзеров. Мобильное электронное устройство с использованием беспроводной связи будет вести потребителя от полки к полке, указывая и сигнализируя световым и/или звуковым сигналом, каких компонентов питания он недобрал, а каких вероятно перебрал. Исходя из рациональных потребностей и экономических возможностей данной семьи и домохозяйства. На экране мобильного телефона появятся и пофамильно-именные рекомендации относительно покупки. Предполагаю, что вырастет потребление белоксодержащих продуктов, рыбы океанической, морепродуктов, овощей, фруктов, грибов, ягод, продукции со сниженной калорийностью, спектров растительных масел, продукции богатой пищевыми волокнами,

включая хлебо-булочные и макаронные изделия, безалкогольных напитков на подсластителях, натуральных соков, безалкогольного низко углеводного пива в мелкой фасовке, «суперфудов», бобовых, цельнозерновых продуктов, круп, малоуглеводных кондитерских изделий на подсластителях, готовых полуфабрикатов (обедов, ужинов) для быстрого разогрева, вегетарианских и [флекситарианских](#) продуктов, на этикетку которых вынесена объективная информация о Ж, Б, У и ккалориях с объективными рекомендациями. Анализ ОРВ и вопросы регулирования рынка новым фактором воздействия – отдельный вопрос.

Не потребуются переподготовка персонала торговых залов. Все технические функции их работы остаются прежними.

При придании информации функции сопровождения товара на потребительском рынке, контролирующие функции переходят в руки торговли, производителей товаров, в том числе в рамках саморегулируемых организаций.

Совершенно новые образовательно [здравоохранительные функции приобретает этикетка товара.](#)

Функционал со стороны производителя:

Нанесение на индивидуальную упаковку товара штрих-кода, QR – кода, дающего техническую возможность потребителю при наличии у него смартфона, АйФона, индивидуального мобильного устройства (далее ИМУ) считать и ввести в память ИМУ сведения о положенном в корзину продовольственном товаре: жиры, белки, углеводы, килокалории (предусмотрены для обязательного нанесения Федеральным Законом);

ВТОРЫМ ЭТАПОМ дополнительные сведения о единице товара (упаковке), предусмотренные ИМУ потребителя: количество Хлебных Единиц, количество ДОБАВЛЕННЫХ углеводов гликемический индекс, коэффициент сладости, наличие-отсутствие глютена, наличие-отсутствие подсластителей, количество пальмового масла, Рекомендованные Нормы Потребления (далее РНП) для наиболее дефицитных компонентов питания – витамины группы В, фолиевая кислота, омега 3 и 6 полиненасыщенные жирные кислоты, пищевые волокна и иное упомянутое в ТР ТС

027-2012 и в ГОСТе «Функциональные продукты питания».

Функционал со стороны торговой сети:

Выкладка товара с упоминанием возможности считывания информации ИМУ потребителя. Разработка изначально примитивного программного обеспечения, суммирующего пищевые качества товара в корзине потребителя (жиры, белки, углеводы, килокалории) на первом этапе и иные характеристики на ВТОРОМ этапе работ. Предоставление возможности потребителю безвозмездно «скачать» программное обеспечение на его ИМУ с сайта торговой сети или непосредственно в торговом зале. ИМУ должно демонстрировать НА ПЕРВОМ ЭТАПЕ на мониторе ИМУ суммарные показатели отложенного в корзину товара по жирам, белкам, углеводам, килокалориям, а также указывать при наличии перекоса показателей от РЕКОМЕНДОВАННЫХ на необходимость дополнительной покупки товаров с недостающими компонентами. Например, при нехватке белков ИМУ должно указать: «Не закуплено достаточно белков. Можно приобрести: творог 5% жирности. Морепродукты – упаковку 250 г. Телятина - 300 г.....» или при нехватке пищевых волокон: «Не закуплено достаточно пищевых волокон: необходимо приобрести: клубника замороженная, абрикосы, манго, огурцы свежие, салат...» ; при нехватке омега 3 и/или 6 – «вам необходимо купить льняное и оливковое масло..., креветок....».

Целесообразно при написании программного обеспечения предусмотреть возможность внесения в «скачиваемую» программу ИНДИВИДУАЛЬНЫХ характеристик потребителя или характеристик ВСЕХ членов семьи, таких как рост, вес, возраст, НА ВТОРОМ этапе – особые диетические потребности (исключение сахара, больше витаминов, беременным – больше фолиевой кислоты, при болезнях сердца – больше омега 3 и 6 кислот)

При прохождении через кассу помимо чека потребителю целесообразно в составе кассового чека или отдельно получить мини распечатку с указанием количества приобретенных жиров, белков, углеводов, килокалорий и с указанием сколько РНП для потребителя/его семьи, зарегистрированной на сайте торговой сети он приобрел при данной покупке.

На втором этапе (через 1-2 года) со стороны торговой сети может потребоваться наличие работающего дистантно менеджера консультанта для менеджеров конкретных

торговых залов.

Станет понятно КАКИЕ продукты с частной торговой маркой целесообразно запускать в оборот.

Функционал со стороны потребителя:

Наличие совместимого ИМУ для загрузки программы, в упрощённом варианте – наличие возможности работы на сайте торговой сети.

Имеющиеся наработки:

Таблица Жиров, Белков, Углеводов, килокалорий, Хлебных Единиц на монопродукты несложного состава:

http://www.diabetes-ru.org/images/TableXE_Svetofor_11.pdf

Стандарт организации Хлебная Единица:

http://www.diabetes-ru.org/images/news/Standart_XE.pdf

Стандарт сравнения РДА для определения гликемического индекса:

<http://www.diabetes-ru.org/files/prodavcu-proizvoditelyu/GOST-26987-86.pdf>

Стандарт РДА для этикетки товара «кофейная единица» (чай, кофе, кондитерские изделия с шоколадом, газированные напитки, энергетики):

<http://www.diabetes-ru.org/ru/razdel-1/aif-populjarno-o-kofejnoj-edinitse>

Методическое пособие по составлению здорового ассортимента продуктов питания для менеджеров торговых сетей:

<http://www.diabetes-ru.org/files/prodavcu-proizvoditelyu/setevye-zakupki.pdf>

Численная оценка здорового/нездорового питания населения:

<http://www.diabetes-ru.org/ru/component/content/article/prodavtsu-proizvoditelju/chislennaja-ot-senka-zdorovogonezдорovogo-pitanija-naselenija>

Пищевой индекс Богомолова (ключевое понятие - алгоритм для составления программы):

<http://www.diabetes-ru.org/ru/news/ololo/pischevoj-indeks-m-bogomolova>

Классификация РДА продуктов по содержанию углеводов.

<http://www.diabetes-ru.org/files/prodavcu-proizvoditelyu/klassif-po-uglevodam.pdf>

Классификация РДА продуктов по калорийности.

<http://www.diabetes-ru.org/files/prodavcu-proizvoditelyu/klassif-po-kaloriynosti.pdf>

Обучение и добровольная сертификация продавцов-консультантов по здоровым продуктам питания.

<http://www.diabetes-ru.org/ru/razdel-1/polozhenie-o-dobrovolnoj-sertifikatsii-prodavtsov-konsultantov>

Формирование рынка здоровых продуктов питания.

<http://www.diabetes-ru.org/ru/component/content/article/prodavtsu-proizvoditelju/formirovanie-rynka-zdorovyh-pischevyh-produktov>

Здоровые продукты с частными торговыми марками.

<http://www.diabetes-ru.org/ru/component/content/article/prodavtsu-proizvoditelju/chastnye-premiumnye-torgovyie-marki-produktov-dlja-zdorovja-predlagajut-shirokie-vozmozhnosti-torgovym-setjam>

Маркирование этикетки продукта «Вегетарианский» или «Веганский» для облегчения их поиска в торговом зале.

<http://www.diabetes-ru.org/ru/component/content/article/prodavtsu-proizvoditelju/pravovoe-opredelenie-vegetarianskoj-i-veganskoj-pischi>

Екатерина Фатерова, финансовый менеджер

Готовы к продолжению диалога: 495 – 505 2855, 920 – 567 0055, 5053399@mail.ru