

С предложением по тотальному изменению в организации торгово-производственных, логистических и потребительских процессов в третий раз за 2019 г. выступил на выставке ModernBakeryв Экспоцентре Президент РДА М.В. Богомолов, врач-психоэндокринолог.МОО РДА письменно предложила заключить безденежные Соглашения о сотрудничестве по разработке и внедрению в торговле новых типов кассовых аппаратов 104 российским торговым продовольственным сетям. На быстрый эффект мы и не рассчитываем.

Кассовый аппарат был рожден 13 июля 1875 года в штате Массачусетс, когда на него был оформлен патент США. Владелец салона Джеймс Ритти даже не мог и предположить, какую роль его изобретение будет спустя многие годы. Поначалу оно называлось “неподкупный кассир Ритти”, а уже позже кассовый аппарат. Первый аппарат (на фото) предназначался для снижения уровня краж со стороны кассиров и приказчиков. Массово кассовый аппарат начал с сети мебельных торговых центров Вильяма Лэмсона, куда он поступил в качестве диковинки в 1879 году. Так как появилась возможность очень быстро обслуживать большое количество покупателей. При этом все операции четко фиксировались на специальную бумажную чековую ленту для кассовых аппаратов. Это увеличило оборот в несколько раз. Помимо этого, гораздо проще стало общаться и с налоговыми инспекторами, которым теперь можно было предоставить документальное подтверждение всех операций розничной торговли, избегнув длительных и затратных разбирательств. РДА действует с 25 июня 1990 года. Мы интенсивно занимаемся с 1996 г. продвижением на рынке диабетических, диетических, функциональных продуктов питания
в том числе на полках здорового и специализированного питания торговых сетей.

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

Мы уже четвертый десяток лет занимаемся такой неподъёмно трудоёмкой работой на калькуляторах и с диетическими весами для продуктов, в том числе в рамках Школы здоровья им. Эрнесто Рома
, объясняя пациентам и здоровым людям из групп риска правила здорового потребления. Но потенциальное количество потребителей такой информации выросло катастрофически. Даже использование мнготиражных газет, телеканалов не удовлетворяет информационный спрос. Для СМИ сама информация является товаром, поэтому нередко приходится наблюдать «фальсификацию информационного» товара для получения недобросовестного конкурентного преимущества перед другими СМИ, торгующими информацией. 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 .

РДА готова к продолжению диалога : 495 – 505 33 99, 920 – 567 0055, 5053399@mail.ru