

Е. В. Мишук, Е. А. Соловьева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Сфера розничной торговли относится к одному из наиболее динамично развивающихся рынков. Его участники постоянно сталкиваются с высоким уровнем конкуренции и растущими потребностями покупателей. Для завоевания как можно большей целевой аудитории и максимально эффективного расходования средств на обслуживание постоянно разрабатываются новые технологии в розничной торговле, которые, возможно, изменят сущность магазинов. Новые технологии имеют все шансы прочно обосноваться в работе торговых предприятий.

Применяемые в торговле инновации разнообразны. Наиболее интересными являются: устройства для безналичной оплаты покупок, ручные сканеры, автоматические упаковщики, электронные ценники, весы для самообслуживания. Самообслуживание дает преимущество иного рода — полное удовлетворение спроса покупателя. Расширение возможностей обслужить себя покупатель расценивает как увеличение доверия со стороны магазина и всегда относится к нему положительно.

В наиболее современном виде самообслуживание получило распространение в овощном отделе. Покупатель сам взвешивает товар, нажимает кнопку с его изображением, и тут же печатается этикетка, которую покупатель наклеивает на пакет. После он оплачивает покупку в кассе. Недавно появились сканеры для покупателей. Покупатель сам сканирует покупки, а затем оплачивает их в кассе магазина. Примеры таких магазинов — Green, «Соседи», «Евроопт».

Кассы самообслуживания еще одна новаторская концепция, которая предусматривает полную автоматизацию линий касс благодаря использованию контрольно-измерительного оборудования, сканеров штрихкодов, которые транслируют информацию на дисплей терминалов, считывают информацию с банковских карт. Кассы самообслуживания используют «Корона», «Гиппо», «Евроопт».

Несмотря на растущую популярность онлайн-заказов, офлайн-продажи остаются актуальными для многих покупателей: они часто хотят пощупать непосредственно присмотренный в сети Интернет товар. Такая тенденция способствует росту популярности концепции интегрированных продаж (omni-channel). Эта новая технология в торговле предусматривает объединение онлайн- и офлайн-каналов для удовлетворения ожиданий клиентов. К подобного рода технологиям относится возможность забирать заказанный в интернете товар в удобное для себя время в офлайн-магазине. Примеры таких магазинов — «Электросила», «5 элемент».

Постоянное развитие технологий, растущая конкуренция, изменение законодательства будут стимулировать внедрение инноваций в торговлю, создавая возможности для развития стартапов. Многие страны уже тестируют и разра-

батывают такие технологии, как умные зеркала и дисплеи для примерочных, виртуальные примерочные для покупок в интернет-магазинах.

Источник

1. Искусственный интеллект в торговле [Электронный ресурс] // VIAFUTURE. — Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-torgovle>. — Дата доступа: 21.11.2022