

## **СОВРЕМЕННЫЕ РЫНОЧНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Современная торговля претерпевает значительные изменения под воздействием ряда ключевых рыночных тенденций, формирующих новый ландшафт в этой сфере. Понимание и адаптация к этим тенденциям становятся критически важными факторами для успешного ведения бизнеса в условиях современной экономики.

Одной из главных тенденций, определяющих торговлю, является цифровизация розничных продаж. Рост интернет-торговли и развитие электронных платежных систем приводят к тому, что потребители все больше предпочитают совершать покупки онлайн. Торговые организации, осваивающие электронный канал продаж и предоставляющие удобные интернет-сервисы, становятся более конкурентоспособными.

Еще одним заметным изменением является повышение роли онлайн-рекламы и социальных медиа в формировании предпочтений потребителей. Сегодняшние покупатели активно используют интернет для поиска информации о товарах и услугах, а также для обмена мнениями и отзывами. Торговые организации, умеющие эффективно работать с цифровым маркетингом, получают возможность лучше понимать свою аудиторию и строить более персонализированный подход [1].

Третьей ключевой тенденцией является увеличение потребительского спроса на устойчивые и этичные продукты. Современные потребители все более ориентированы на экологические и социальные аспекты, поэтому они ожидают, что торговые компании будут принимать активное участие в решении социальных и экологических проблем.

В современных условиях торговые организации также сталкиваются с ростом значимости технологий искусственного интеллекта (ИИ). Применение алгоритмов машинного обучения и анализа больших данных позволяет предсказывать потребительские тренды, оптимизировать управление запасами, а также создавать персонализированные предложения для клиентов. Компании, интегрирующие ИИ в свои бизнес-процессы, выигрывают в эффективности и конкурентоспособности.

Важным элементом современной торговли также является глобализация рынков. С возрастанием доступности транспорта и расширением возможностей электронной торговли компании получают шанс проникнуть на новые рынки — как локальные, так и международные. Однако это требует от них адаптации к различным культурным

и правовым особенностям, а также учета специфики потребительского спроса [2].

Таким образом, для того чтобы успешно функционировать в современных условиях, торговые организации должны тщательно анализировать и адаптироваться к этим тенденциям. Гибкость, инновации и стремление к социальной ответственности становятся ключевыми факторами, обеспечивающими долгосрочный успех в динамичной и конкурентной среде торговли.

### **Источники**

1. *Куренкова, В. П.* Направления развития розничных предприятий в современных экономических условиях / В. П. Куренкова // Вестн. Сев.-Кавказ. федер. ун-та. — 2020. — № 1. — С. 105–114.

2. *Помаз, И. В.* Тенденции и перспективы развития сетевой торговли на рынке Республики Беларусь / И. В. Помаз // Потребит. кооп. — 2017. — № 3. — С. 14–20.