

*К.А. Войтенко
О.В. Бородько
И.В. Прыгун
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТОРГОВЛЕ

С ростом числа торговых сетей и конкуренции все большую значимость для эффективного управления организацией приобретает внедрение современных инновационных технологий и систем в оптовой и розничной торговле. Современные информационные системы дают возможность оптимизации управления запасами и ассортиментом товаров, предлагают механизмы гибкого ценообразования, системы повышения лояльности клиентов. Однако торговые организации часто сталкиваются с различным рода проблемами при внедрении и использовании данных технологий.

В последнее время все большую заинтересованность клиентов вызывают электронные ценники. Малогабаритное беспроводное устройство с экраном демонстрирует покупателю актуальную цену на товар и напрямую связывается посредством wifi-связи с весами. Поэтому следующим технологическим решением являются электронные весы самообслуживания. Такие весы обладают широким спектром мультимедиа-возможностей, цветным сенсорным экраном, модулем wifi. Все это позволяет максимально упростить процесс покупки товара. Для того чтобы идентифицировать товар на электронных весах, достаточно прикоснуться к верхней части ценника. Весы автоматически установят наименование и нужную стоимость товара, распечатают этикетку, с которой покупатель отправится в кассу. Применение данных устройств позволяет оптимизировать труд персонала. Но также существуют и недостатки, а именно сложность проектирования систем, относительная сложность монтажа, доработка ПО кассового сервиса и др.

Одной из проблем, возникающих при применении оборудования, позволяющего покупателям рассчитываться по пластиковым картам, является то, что в тех организациях торговли, которые еще не используют подобные устройства, отсекается часть покупателей, а это ухудшает экономический результат торговли и снижает конкурентные позиции.

Одной из радикальных инновационных технологий сегодня является оплата покупок и услуг с помощью мобильного телефона и технологии NFC. По оценке Juniper Research, объем мирового рынка мобильных платежей в 2015 г. достиг 670 млрд дол. Наиболее популярен этот вид платежей в США, Китае и странах Западной Европы. В Республике Беларусь данный вид платежей лишь развивается [1].

Особая роль здесь принадлежит такой разработке, как QR-код. Основное ее назначение — быстро перенести информацию в мобильный телефон. QR-код применяется также для организации виртуальной

витрины магазина. К примеру, AR Door и компания Topshop, производитель мужской и женской одежды, разработали виртуальную примерочную для показа новой коллекции платьев Dress up [2].

Многие торговые организации постепенно осваиваются в социальном пространстве Facebook. Tesco, например, заработала 2 млн фунтов благодаря купонам, которые они предоставляли в качестве limited offer в своем pop-up store. Однако в настоящее время в Республике Беларусь далеко не каждый житель сумеет правильно воспользоваться такими технологиями и, таким образом, предпочтение отдается традиционным способам продаж. Также к проблемам можно отнести высокие затраты на создание и обслуживание современных информационных технологий, которые не каждая торговая организация может себе позволить, отсутствие развитой инновационной инфраструктуры, боязнь рисков и др. Поэтому лишь малая доля торговых организаций идет на полномасштабное внедрение таких инновационных технологий.

Литература

1. Яркие примеры In Store-инноваций [Электронный ресурс] // AdMe — сайт о творчестве. — Режим доступа: <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/yarkie-primery-in-store-innovacij-310655>. — Дата доступа: 16.02.2016.

2. Магазины будущего. ТОП-10 необычных примеров электронной торговли [Электронный ресурс] // Novate.Me — сайт о дизайне и искусстве. — Режим доступа: www.novate.ru/blogs/100713/23440. — Дата доступа: 16.02.2016.

***В.Н. Володкович
Е.Д. Зеленко
БГЭУ (Минск)***

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ БЕЛОРУССКОГО СЕКМЕНТА РЫНКА В ЕДИНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Для активного и эффективного развития торговых отношений в рамках Единого экономического пространства (ЕЭП) важно четко представлять особенности каждого сегмента рынка. От этого зависит результативность внешнеторговой деятельности и достижение целевых ориентиров создания интеграционного объединения. К специфическим чертам белорусского сегмента рынка в рамках единого экономического пространства можно отнести:

1. Потребность в импорте сырьевых ресурсов для загрузки производственных мощностей в различных отраслях (машиностроение,