

## **ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Ни для кого не секрет, что инновации превратились в основную движущую силу экономического и социального развития. Как известно, инновации являются ключом к развитию и поддержанию конкурентоспособности любой отрасли и страны в целом. В условиях рыночной экономики и жесточайшей конкуренции именно инновации являются одним из самых действенных и одновременно с этим доступных инструментов борьбы, в том числе и за потребителей. Однако в условиях глобализации товары постепенно теряют свою уникальность, так как те новшества, которые мы можем предложить сегодня, уже завтра будут распространены повсеместно. Именно поэтому основным инструментом в борьбе за внимание искушенных покупателей становится качество предоставляемых услуг, новый уровень сервиса и новые способы представления товаров. Каким же образом реализуют инновационную деятельность в сфере торговли более опытные западные страны?

Уровень развития технологий сильно различается во многих странах. Такие страны, как Англия и Америка, во многом превосходят в области инноваций в торговле постсоветские страны. Их объекты розничной торговли развиваются в сторону использования искусственного интеллекта, который позволяет управлять впечатлениями клиентов. К таким технологиям можно отнести смарт-вендинг, интеллектуальные полки и «умные примерочные», которые позволяют пользователю сравнивать несколько вариантов выбранной им одежды [1]. В одном из магазинов Лондона на стенах висят экраны: вы подносите пиджак к терминалу и на экране появляется все, что вам нужно о нем знать. Вы надеваете пиджак на себя, встаете перед другим экраном и там появляется изображение — к пиджаку такого цвета и покроя отлично подойдет вот такая сумка. Этот совет дается не наобум, а на основе ваших снимков в новом пиджаке, полученных с веб-камеры [2].

Также важным направлением в ритейле является кастомизация — возможность предложить покупателю создать «свой» товар (например, получить кроссовки со своим именем). Эта тенденция особенно живо используется в магазинах — Build-a-Bear, где покупатели сами создают свои мягкие игрушки, и Makerbot, где с помощью 3D-сканеров каждый может создать трехмерное изображение чего угодно [3].

Что касается более схожих по уровню развития с Беларусью стран, например Литвы и Латвии, то в них уже несколько лет применяются терминалы самообслуживания, дающие возможность покупателям самостоятельно сканировать и оплачивать покупки. Терминалы осна-

щены биоптическим сканером штрих-кодов NCR, способным распознавать даже стертые метки [4].

В Беларуси в настоящее время внедряются wifi-сервисы, используемые в торговых сетях. С помощью этого сервиса устанавливается персонализация клиента с присвоением ему айди-номера и возможностью при следующем посещении магазина предоставить на мобильный телефон актуальную информацию по скидкам и гид по торговому залу, созданный на основе предыдущих посещений. Также уже в разработке электронные ценники, которые дают возможность изменять данные в специальной программе, позволяя оперативно информировать покупателей и эффективно использовать труд работников.

Причины инновационного разрыва между Республикой Беларусь и западными странами:

- неблагоприятный инвестиционный климат;
- слабая поддержка научно-исследовательской деятельности со стороны государства;

• историческое отставание в развитии;

• обезличивание потребителей.

Основные пути ускорения внедрения передовых инноваций в торговлю на рынок Республики Беларусь:

• сотрудничество университетов и государственных научно-исследовательских институтов, частных компаний;

• финансирование исследований и научных разработок, стартапов, предоставление грантов, налоговые стимулы;

• перенятие передового мирового опыта;

• качественная образовательная система;

• тщательное изучение индивидуальных черт, вкусов и предпочтений покупателя без распределения на группы;

• совмещение преимуществ онлайн-торговли и обычного шопинга.

## Литература

1. Бизнес по продаже одежды ожидает появление «умных примерочных» [Электронный ресурс] // Электронная газета «Век». — Режим доступа: <http://wek.ru/biznes-po-prodazhe-odezhdy-ozhidaet-poyavlenie-umnyx-primerochnyx>. — Дата доступа: 22.02.2016.

2. Как устроен магазин будущего? [Электронный ресурс] // Информационный портал «Медуза». — Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2015/11/09/kak-ustroen-magazin-buduschego>. — Дата доступа: 22.02.2016.

3. Ритейлеры видят инновации? [Электронный ресурс] // RedisCrew. Полезный бизнес-тур за инновациями. — Режим доступа: <http://retailtour.ru/posts/1314288>. — Дата доступа: 22.02.2016.

4. Внедрение касс самообслуживания NCR SelfServ™Checkout в торговой сети ПКІ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.newvision.com/uploads/clients/docs/84\\_fd6596342624cedf68b40ea4bde5e18.pdf](http://www.newvision.com/uploads/clients/docs/84_fd6596342624cedf68b40ea4bde5e18.pdf). — Дата доступа: 22.02.2016.