

## **ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ПРОДАЖЕ ОБУВИ**

По результатам исследования Fashion Consulting Group, крупные ритейлеры все больше направляют продажи и продвижение в сторону онлайн. Рынок электронной коммерции растет быстрыми темпами: динамики роста составляет до 12 % за 2017–2018 гг. В онлайн-торговле одежда и обувь находятся на втором месте после бытовой техники и электроники и занимают около четверти на локальном рынке и около трети на международном [1].

Интерактивные технологии в розничной торговле применяются в разных формах: от мобильных устройств до интерактивных экранов и киосков самообслуживания. Интерактивные технологии заключаются в следующем:

1. Использование специальных предложений, помогающих продавцу-консультанту знать об остатках на складе и в других магазинах, а покупателю — о новых коллекциях, сопутствующих товарах и услугах. С помощью мобильного приложения можно улучшить качество обслуживания и увеличить средний чек. Также любой пользователь смартфона с помощью специального приложения может получить 3D-модель своей стопы в формате цифрового кода и использовать его при выборе обуви в магазинах, где уже есть оцифрованные модели [2].

2. Персональная реклама и привлечение внимания к магазину. Ритейлеры меняют торговое пространство: персонализированные предложения и цифровые технологии повышают интерес к магазину. Клиенты чувствуют, когда о них заботятся, и в результате становятся фанатами бренда.

3. Облегчение процесса расчета за товар. Клиенты могут оплачивать покупки прямо на месте не только банковской картой, но и с помощью технологии NFC (Near-field communication) в их смартфоне или через мобильные платежи. Это позволит разгрузить кассы и сократить очереди в магазинах [3].

Таким образом, интерактивные технологии помогают ритейлерам привлекать в свой магазин больше клиентов и лучше их обслуживать, а следовательно, повысить количество продаж.

### **Источники**

1. Fashion-индустрия [Электронный ресурс] // Ритейлеру и поставщику. — 2019. — Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/fashion-industry>.

2. 10 необычных технологий в ритейле [Электронный ресурс] // Rusbase. — 2019. — Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/mirovoj-tech-top>.

3. Интерактивные технологии в ритейле [Электронный ресурс] // Facelet. — 2019. — Режим доступа: <https://www.facelet.com/ru-ua/blog/interactive-technologies-in-retail-4-ways-of-use>.

**Л.В. Безпалько**  
БГЭУ (Минск)

## **ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

Применение информационных технологий в сфере торговли дает массу преимуществ субъектам предпринимательской деятельности: ускоряет выход на новые рынки, оптимизирует схемы доставки товаров и оказания услуг, повышает эффективность системы взаимодействия продавцов и покупателей, уровень обслуживания, снижает затраты.

Список стран — мировых лидеров электронной торговли за последние годы практически не меняется. Первые три позиции по-прежнему занимают США, Япония и Китай. В десятку гигантов также входят Германия, Южная Корея, Великобритания, Франция, Канада, Индия и Италия. В отношении перспектив развития электронной торговли в Беларуси можно сказать, что на сегодняшний день данный сектор экономики показывает не самый впечатляющий рост. Согласно международному рейтингу, по индексу развития информационных-коммуникационных технологий Беларусь на начало 2018 г. занимала 32-ю позицию (индекс ИКТ — 7,55 из 109 стран).

По состоянию на 1.01.2019 г. число интернет-магазинов Республики Беларусь достигло 19 412. Темпы роста сети интернет-магазинов значительно опережают темпы роста традиционного и привычного населению ретейла, что, с одной стороны, говорит о привлекательности электронной торговли для субъектов предпринимательства ввиду возможности снижения затрат на «расширении торговых площадей». С другой стороны, это свидетельствует о росте доверия со стороны покупателей и предпочтении онлайн- над офлайн-продажами. Для сравнения: темп роста интернет-магазинов за 2017–2018 гг. составил 120 % в отличие от темпа роста розничной торговой сети (106,9 %). Отметим, что основная часть интернет-магазинов сконцентрирована в Минске — 64,3 % от их общего числа. Согласно данным Торгового реестра Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, число интернет-магазинов, принадлежащих индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам, соотносится как 57:43. Такая тенденция роста частных интернет-магазинов является положительной [1]. Несмотря на высокий потенциал электронной торговли в Беларуси, говорить о том,