

ПРОБЛЕМА ІННОВАЦІЙ У СУЧАСНІЙ ТОРГІВЛІ

Ринкові економічні відносини не можуть складатися без інноваційної діяльності та модернізації національного господарства. Сучасні технології дозволяють масово виробляти електронні компоненти досить невисокої вартості, що сприяє їх масовому впровадженню в різних сферах. В умовах, що склалися, торгова галузь повинна інтенсивно адаптуватися до нововведень і застосовувати новітні технології для підвищення своєї конкурентоспроможності, а торговельні організації відповідно для підвищення рентабельності своєї господарської діяльності.

Якість торгового обслуговування є важливим елементом конкурентоспроможності торгової організації. Як приклад технології, що є зручною для покупця, можна відзначити тривимірне сканування клієнта. Таке нововведення дозволить з найменшою витратою часу і без зайвих зусиль підібрати для споживача одяг з урахуванням всіх його вимог.

Сучасна економічна ситуація дуже впливає на ціноутворення. Встежити за цінами, що постійно змінюються, на великий асортимент товарів непросто, а невідповідність ціни, зазначеної на ціннику та введеної в комп'ютерну систему, яка використовується при розрахунках, веде до конфліктів на касі та порушень законодавства.

Але все ж найбільше число розроблюваних нововведень пов'язані зі скороченням можливих втрат у процесі реалізації товару. Такі проблеми як крадіжки або ж боротьба з іншими вагомими витратами залишаються і до цього дня найбільш актуальними. Однією з технологій, що активно пропонуються до впровадження в сучасній торгівлі, є використання радіо-міток. Такі мітки дозволяють передбачити використання арок, при проході через які, датчики автоматично будуть зчитувати вартість продукту і виводити в загальний рахунок на термінал. Такий підхід дозволяє як зменшити ризик крадіжки товару, так і скоротити час обслуговування – час відгуку радіо-мітки досить високий, а одержувана дистанційно відповідь не вимагає викладення товарів. Однак при використанні радіо-міток на практиці ризик крадіжки не тільки не зменшується, але навіть і збільшується. При візуальному контролі з боку контролера-касира покупцеві важко використовувати будь-які технічні засоби обману електроніки, в той час як при дистанційному скануванні такі дії недобросовісних покупців є лише питанням часу. Саме ця проблема затримує впровадження пристроїв самообслуговування – основою ефективності впровадження даних пристроїв є економія на персоналі, але

дана ефективність проявляється набагато менше, якщо торгова організація змушена запрошувати на роботу більшу кількість охоронців замість продавців і касирів, нехай навіть і в меншій кількості.

Проблемою є той факт, що більшість цифрових технологій спочатку отримують свій розвиток з точки зору зручностей покупців. Таким прикладом необхідно відзначити реалізацію цифрових товарів. Спочатку більшість технологій створювалися з позиції створення додаткових зручностей їх покупцям. Однак, при їх широкому розповсюдженні недобросовісні дії покупців, що виразилися в комп'ютерному піратстві, привели до того, що до складу цих товарів були включені засоби технічного захисту, що створюють незручності покупцям.

Досить близькою до радіо-мітки технологією є використання технології розумних візків. Використання такої технології передбачає використання різного роду датчиків, що дозволяють визначити положення візка в магазині та його наповненість товарами. При виборі товару електроніка автоматично може зчитувати інформацію про товар, при відмові від покупки – даний товар віднімається зі списку покупок. Розумний візок може бути оснащений відповідним екраном, виконаним за технологією електронного паперу, на якому споживач може бачити підсумкову вартість передбачуваної покупки, а також отримувати додаткову інформацію про товари.

Як проблему впровадження таких технологій, доцільно відзначити їх досить високу вартість. Введення таких нововведень можливе лише в магазинах цінового сегмента вище середнього, крім того, вигода від використання таких засобів стимулювання буде проявлятися в першу чергу для товарів імпульсного попиту. Іншою проблемою є небажання покупців, особливо старшого вікового сегмента, користуватися будь-якими інноваційними засобами.

Вищевказані проблеми ведуть до того, що впровадження інноваційних засобів у торгівлі, хоча і має високий потенціал для впровадження, реально застосовується тільки у внутрішній організації торгово-технологічних процесів, але обслуговування покупців відбувається з використанням традиційних технологій. Торговим організаціям необхідно проводити спеціальні заходи з метою стимулювання використання покупцями інноваційних технологій.