

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Сучасний стан розвитку роздрібно́ї торгівлі в світі визначає її тенденції і в Україні. Економічна криза істотно впливає на функціонування роздрібно́ї торгівлі і перспективи її подальшого розвитку.

Перспективи діяльності торговельних підприємств в найближчий час визначатиме скорочення реальних доходів населення і підкреслена стриманість та раціональність в здійсненні покупок. На перший план в діяльності торговельних підприємств вийде стратегія утримання споживачів в умовах скромних бюджетів на проведення іміджевих заходів. В асортиментному ряді торговельних підприємств має бути зроблено акцент на функціональність та якість товарів на противагу преміальності і статусності. Так як споживачі знаходяться в умовах обмеженого бюджету, то найбільш цінними пропозиціями будуть раціональні економічні пропозиції.

Експерти в сфері роздрібно́ї торгівлі, зокрема, Девід Рот, генеральний директор маркетингової платформи рекламного агентства WPP «The Store», зазначають, що в найближчі 10 років її очікують значні зміни, більш масштабні, ніж за останні 50 років. За їх прогнозами найбільші зміни будуть стосуватися мерчандайзингу та смарт-вендингу. Актуальними стануть формати магазинів пішохідної доступності, або «магазин біля дому». Майбутній розвиток роздрібно́ї торгівлі буде пов'язано також з голографічними моделями товарів на вітринах, доставкою товарів за допомогою дронів, а також ідеї покупок з будь-якої точки світу і доставка куди завгодно. Використання голографічних 3D-проекцій дасть можливість покупцям задавати питання про товар за допомогою споживацького інтерфейса, який буде зчитувати інформацію з онлайн – та офлайн-каналів.

Сучасні технології зроблять можливим помічати одяг унікальним маркуванням, яке споживач може через свої мобільні аксесуари зчитувати, отримувати інформацію про людину, яка

вдягнена так само, як і ви, або придбати такий самий одяг, який побачили на комусь на вулиці. Багато компаній-виробників розпочинають процес вмонтовування в продукцію NFC-пристроїв, які будуть виконувати роль контактних точок для отримання інформації через засоби безконтактного зв'язку.

Окремої уваги заслуговує концепція «чуттєвих магазинів» (sentimental stores), яка сприяє розвитку штучного інтелекту. Впровадженню сучасних інновацій сприяють смарт-вендинг, інтелектуальні полиці в магазинах. Певним «проривом» стане і поява в магазинах «розумних примірочних кабін», які будуть запам'ятовувати весь одяг і дозволять споживачеві легко порівнювати декілька варіантів (думка Ребекки Минкофф, fashion-дизайнера).

Окремі сучасні компанії (Target) працюють над переведенням власної ритейл-стратегії в «real-time», яка дозволить продавати свою продукцію в обхід існуючих каналів.

Багато компаній – Ebay, Target, Rebecca Minkoff, Levis працюють над створенням умов, при яких управління покупками в реальному житті нічим не відрізнялося б від он-лайна. Це можуть бути: створення співтовариств, клубні кав'ярні. Основна мета таких заходів – налагодження довготривалих відносин зі своїми клієнтами і надання їм якісного сервісу.

На думку фахівців, протягом 2016 року стрімко буде розвиватися інтернет-торгівля. Фокус і частка в інтернет-торгівлі зміститься з nice-to-have товарів на абсолютно повсякденні.

Є певні очікування і в зміні підходів до реклами: підвищення її якості і більш лояльне ставлення споживачів.

Таким чином, є сподівання, що світові тенденції сприятимуть активному розвитку української роздрібною торгівлі.