

Р.М. Бугріменко, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРНОГО МАРКЕТИНГУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ

У період євроінтеграції країни перед мережевими роздрібними торговельними підприємствами постають важливі питання щодо визначення стратегічних цілей діяльності, вибору стратегічних зон господарювання, формування стратегічного товарного портфеля, визначення політики ціноутворення, диверсифікації діяльності, ефективності та доцільності впровадження сучасних інноваційних технологій, а саме Smart-технологій, для подальшого формування ефективної системи інфраструктурного маркетингу.

Smart-суспільство – це новий підхід до реалізації програм і проєктів підвищення якості життя суспільства, націлений на формування стратегії інфраструктурного маркетингу, за якого використання громадянами та суб'єктами господарювання технічних засобів, сервісів та інтернету призводить до якісних змін у взаємодії суб'єктів, що сприяє посиленню соціального, економічного ефекту при формуванні інфраструктурного маркетингу.

Smart-технології, що впроваджують провідні ритейлери в роздрібній торгівлі в системі інфраструктурного маркетингу, є важливим чинником зростання продажів та отримання відповідного прибутку, формування конкурентоспроможного суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі. Ці технології мають такі переваги:

- дозволяють ритейлерам оперативно обробляти великі обсяги інформації, стимулюють появу нових, більш досконалих галузевих програм для роздрібної торгівлі, включаючи хмарні, з розширеними функціональними можливостями;

- дають можливість формувати дані про споживацьку поведінку і вподобання клієнтів, дозволяють розпізнавати і вітати VIP-клієнтів, пропонувати відвідувачам push-рекламу;

- є інструментом мінімізації витрат за допомогою програмного забезпечення, яке робить аналіз теплової карти магазину, повідомляє про необхідність поповнення запасів, перевіряє черги, контролює час зберігання товарів на полицях, сповіщає про неправильну ціну або підозрілі транзакції;

- є інструментом захисту від крадіжок, підрахунку відвідувачів, моніторингу підозрілої активності й інтеграції касових апаратів;

- сприяють збору й аналізу масиву даних, що дозволяє ритейлерам оптимізувати робочі процеси, планувати рекламну політику, ураховуючи зібрані демографічні дані про покупців;

- сприяють формуванню стратегії інфраструктурного маркетингу та впровадженню комплексних рішень, що дозволяють використовувати великі дані для створення таргетованої реклами, оптимізації процесів і забезпечення безпеки магазинів;

- це програмне забезпечення, як нове покоління відеоаналітики для інтелектуального розпізнавання, допоможе визначити стать, вік і колір одягу клієнтів, забезпечити захист товарів та продукції в разі виникнення крадіжок, сформувати чорний список клієнтів-грабіжників;

- дозволяють обробляти й аналізувати дані в режимі реального часу, планувати основні показники роботи магазинів роздрібної торгівлі, аналізувати ефективність використання торговельної площі, мати можливість вести фінансовий і бухгалтерський облік, взаєморозрахунки з постачальниками.

Постійно зростаюча конкуренція в торгівлі спонукає багатьох ритейлерів вдаватися до нових передових рішень для зниження своїх витрат і підвищення продажів.

Необхідно впроваджувати такі заходи з удосконалення інфраструктурного маркетингу роздрібної торгівлі на основі впровадження Smart-технологій:

- створення урядом стратегії розвитку Smart-технологій, націленої на співробітництво з провідними компаніями цієї галузі та виробництво вітчизняних аналогів згідно зі світовими стандартами;

- розробка програм фінансування проектів формування та впровадження Smart-технологій як напрям удосконалення інфраструктурного маркетингу роздрібної торгівлі;

- формування новітньої інтелектуальної системи Smart Retail для роздрібної торгівлі, націленої на забезпечення системних інтеграторів і дистриб'юторів на які зростає попит у секторі роздрібної торгівлі.

Вважаємо, що впровадження заходів з удосконалення інфраструктурного маркетингу роздрібної торгівлі на основі впровадження Smart-технологій сприятиме створенню ефективної стратегії розвитку діяльності підприємств роздрібної торгівлі та розвитку роздрібних торговельних мереж.