

Будущее ритейла: потребители не верят в исчезновение офлайн-торговли

Москва, 8 мая 2019 – Компания Dassault Systèmes совместно с независимым исследовательским агентством CITE Research представила результаты опроса, посвященного ожиданиям потребителей от развития высоких технологий к 2030 году, в том числе в сфере розничной торговли. Большинство потребителей ожидают более гибких условий доставки товаров, распространения мобильных платежей, а также возможностей использования цифровых технологий в физических магазинах. Кроме того, 80% респондентов рассчитывают на персонализацию продуктов.

По мнению 84% участников опроса, к 2030 году они смогут получать заказанные товары в любое удобное время, независимо от их места нахождения. Аналогичное число респондентов рассчитывают на широкую доступность мобильных платежей. 81% потребителей, принявших участие в исследовании, предсказывают широкое применение разнообразных цифровых технологий в физических магазинах. При этом 45% исключают возможность полного исчезновения офлайн-торговли к 2030 году: по мнению респондентов, несмотря на распространение цифровых технологий, шопинг не станет исключительно виртуальным. Скептицизм в отношении онлайн-шопинга наиболее распространен среди респондентов старше 55 лет.

76% опрошенных видят будущее торговли в магазинах без кассиров и примерно столько же готовы к повсеместному распространению подтверждения оплаты по распознаванию внешности покупателя.

Также потребители крайне оптимистичны в отношении персонализации покупательского процесса и самих товаров – на это рассчитывают приблизительно три четверти участников исследования.

При этом 45% не верят, что к 2030 году весь шопинг станет исключительно виртуальным и скептицизм предсказуемо более распространен среди респондентов старше 55 лет.

Примерно половина опрошенных в возрасте до 45 лет уделяют большое внимание социальной ответственности торговли: молодые покупатели считают, что развитие технологий в будущем должно главным образом способствовать созданию условий для этичного, устойчивого (sustainable) шопинга. Это важное отличие от более старшей когорты, в которой лишь меньше трети респондентов уделили внимание этому пункту.

Заметно также и различие в приоритетах среди мужчин и женщин. 45% мужчин против 33% женщин считают автоматизацию покупательского процесса одним из главных ожидаемых преимуществ развития технологий в ритейле. При этом 71% женщин по сравнению с 62% мужчин придают большее значение улучшению доступности покупок.

Также потребители предполагают, что изменения затронут сами категории продукции. Наибольшего прогресса ждут от товаров и приборов для дома. На втором месте – аксессуары. В третью очередь, как считают респонденты, изменения затронут одежду, спортивное оборудование, детские вещи и мебель. Меньше всего динамики ожидается от категории «обувь».

Подробнее об исследовании

Исследование подготовлено компанией [CITE Research](http://www.citeresearch.com) (www.citeresearch.com) по заказу Dassault Systèmes и проводилось методом онлайн-опроса среди 1000 взрослых жителей США. Опрос проходил в период с 19 по 29 ноября 2018 года.

###

О компании Dassault Systèmes

Dassault Systèmes воплощает принцип 3DEXPERIENCE, обеспечивая отдельных людей и компании виртуальной средой для создания устойчивых инноваций. Ведущие решения компании помогают изменить подход к разработке, производству изделий и сервису. Приложения для взаимодействия от Dassault Systèmes способствуют поиску социальных инноваций, позволяя виртуальному миру улучшать мир реальный. Обеспечивая поддержку свыше 250 тыс. заказчиков, Dassault Systèmes работает более чем в 140 странах мира, с компаниями любого размера и из всех отраслей промышленности. Для получения более подробной информации посетите сайт www.3ds.com/ru.

3DEXPERIENCE, логотип Compass и логотип 3DS, CATIA, SOLIDWORKS, ENOVIA, DELMIA, SIMULIA, GEOVIA, EXALEAD, 3D VIA, BIOVIA, NETVIBES и 3DEXCITE являются зарегистрированными торговыми марками Dassault Systèmes или ее дочерних подразделений в России и/или других странах.