

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РИТЕЙЛУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПОВОЄННІ ПЕРСПЕКТИВИ

*Прокопенко С.-М.В., здобувач вищої освіти,
sofia.maria.prokopenko@gmail.com*

*Науковий керівник: Сулова Т.О., к.е.н., доцент
Державний торговельно-економічний університет /
Київський національний торговельно-економічний університет*

Цифрова трансформація означає інтеграцію цифрових технологій у всі сфери бізнесу. Ця інтеграція призводить до принципових змін у тому, як діють громадяни, підприємства та організації, як вони забезпечують цінність для себе, своїх працівників, клієнтів, партнерів, досягаючи власних та спільних, економічних та соціальних цілей швидше, дешевше та з новою якістю.

Загалом під цифровою трансформацією розуміють перетворення компанії на сучасну та ефективну, що відбувається в руслі Четвертої промислової революції (концепції «Індустрія 4.0»).

Компанія IDC FutureScape склала низку прогнозів щодо всесвітньої цифрової трансформації. Насамперед аналітики прогнозують, що інвестиції в диджиталізацію піднімуться до 16,5% на рік у 2022-2024 роках порівняно з 15,4% у 2019-2021, і до кінця 2024-го вони становитимуть 55% від усіх інвестицій в ІКТ (інформаційно-комунікаційні технології) [1]. У рамках плану відбудови України United 24 до 2025 року урядовці пропонують залучити і витратити на напрям диджиталізації 69,2 млрд грн. Загалом на цифровий розвиток України до 2025 року хочуть витратити 69 млрд грн.

Інструменти цифрової трансформації надзвичайно різноманітні і можуть допомогти вирішити практично будь-яке завдання в бізнесі. На сучасному етапі можна виділити значну кількість трендів цифровізації, які щорічно змінюються та розвиваються.

Можна стверджувати, що за практично однакового програмного забезпечення найбільш конкурентоспроможним стає ритейл, який краще та ефективніше використовує процеси диджиталізації у своїй діяльності, що в свою чергу, сприяє підвищенню лояльності споживачів до певного бренду [2].

Аналітична група Gartner опублікувала прогноз технічних трендів [3]:

Тренд 1. Генеративний Штучний Інтелект (GAI). Відомі

прикладі штучного інтелекту: роботи, дрони, автоматичні перевірки, різноманітні додатки і, звичайно, чат-боти. Чат-боти, на сьогоднішній день - вдалиий інструмент для надання постійних миттєвих послуг клієнтам [4]. У найближчі кілька років штучний інтелект буде використовуватись для формування асортименту, персоналізованих пропозицій, а також для підвищення точності прогнозування продажів.

Тренд 2. Хмара та платформи в ньому (CNP). Варіативність хмарних рішень та їх інструментальний арсенал з підтримкою сторонніх сервісів оптимізують усі робочі процеси, пов'язані з управлінням персоналом, складськими запасами, оплатою та логістикою.

Тренд 3. Модульні програми. За актуальними даними, адаптивні складові додатків підвищують ефективність будь-якого бізнесу на 80%. Цей тренд збереже свою актуальність на найближче десятиліття, якщо не з'явиться більш інноваційний підхід.

Тренд 4. QR Pay. Досвід Китаю демонструє, наскільки платежі за QR-кодом можуть бути популярними – у країні рівень використання цього платіжного інструменту становить 70. QR-коди пропонують продавцям та покупцям безліч переваг, включаючи швидкість оплати, економію коштів та зручність.

Тренд 5. Омніканальність. Реагуючи на зміни поведінки споживачів, ритейлери трансформують магазини на омніканальні центри, застосовуючи інноваційні технічні рішення та формати торгівлі.

Тренд 6. Віртуальна і доповнена реальність. AR і VR - це надзвичайна можливість для креативного маркетингу. Наприклад, ІКЕА впровадила VR, щоб покупець зміг побувати в 3D-кухні. За допомогою такого введення клієнт може протестувати розмір, розміщення, колір.

Тренд 7. Персоналізація. За даними Gartner, 42% споживачів у США та Європі вважають враження від бренду важливішими за ціну придбаного товару [5].

Тренди 8 і 9. Візуальний та голосовий пошук. Наразі більшість гігантів ритейлу тестує або розробляє власні аналоги Google Lens для бізнесу [4].

Отже, багато великих роздрібних торговельних компаній впроваджують у своє життя цифрову трансформацію. Можливо, тому вони настільки вирости, адже спілкування з клієнтами, підвищення

лояльності та створення взаємодії в цифровому просторі допомагають розвивати бізнес.

Ритейл – одна з найбільших складових української економіки, що наповнює бюджети усіх рівнів та створює робочі місця. І у воєнний час ритейл є однією з ключових галузей, яка, передусім, забезпечує цивільних і військових продуктами харчування, ліками, засобами зв'язку і рештою життєво необхідних товарів. Часто саме ритейлери буквально першими повертаються в деокуповані міста.

Глобальне всеохоплююче впровадження цифрових технологій стає головним фактором посткризового відновлення та зростання сфери ритейлу. Тригером активного впровадження інформаційних технологій у сферу ритейлу стала пандемічна криза, а сучасні реалії, в яких опинився вітчизняний торговельний бізнес, лише актуалізували питання активної цифровізації бізнес-процесів в ритейлі.

За останні роки підприємства торгівлі України мають досягнення в розвитку цифрових технологій за такими показниками, як наявність вебсайту, вільний доступ до інтернету, кількість фахівців в сфері інформаційних технологій, активність використання соціальних медіа (соцмережі, блоги, вебсайти з мультимедійним змістом), використання послуг хмарних обчислень[6].

Для прикладу. Novus У 2022-му продовжили діджиталізацію магазинів та впроваджували більш клієнтоорієнтовані речі [7]. У мережі магазинів EVA системно реалізують екологічні проєкти: електронний документообіг, електронні чеки, екопакування інтернет-замовлень», а це свідчить про те, що торговельна мережа EVA також у воєнний період націлена на цифровізацію [8].

Попри війну, логістичні складнощі та зниження купівельної спроможності населення український ритейл не лише продовжує працювати, але й примудряється впроваджувати нові послуги та інноваційні сервіси, які дозволяють адаптуватись до роботи в воєнний час та при цьому покращити клієнтський досвід [9]: відеоконсультації з магазинів (у липні 2022 року мережа ISEI запустила проєкт консультацій, які проводяться по відеозв'язку прямо з магазину; консультації проводяться по відеозв'язку прямо в магазині; мережа магазинів MOYO стала першим роботодавцем в українському ритейлі, який спростив процедуру оформлення нових співробітників і приймає копії цифрових документів у додатку Дія; наприкінці травня 2022 року найбільша у світі криптовалютна біржа

Vinace та всеукраїнська мережа Фокстрот анонсували можливість розрахунку за електроніку, побутову техніку та будь-які інші товари із використанням Vinace Pay; Фокстрот став першим ритейлером електроніки та побутової техніки, хто запустив такий вид оплати в Україні при купівлі у роздрібних магазинах мережі та онлайн на foxtrot.ua.); зняття готівки на касі; поповнення банківської карти на касі.

Можна зробити певний висновок. Технології допомагають ритейлерам залишатися конкурентоспроможними. Але тут дуже важливо зважати на рентабельність подібних інновацій. Необхідно пропонувати клієнтам тільки те, що їм насправді потрібно, незалежно від поточних трендів та раціонально оцінювати можливості клієнтів та цілі компанії, виходячи з того, чого хочуть споживачі.

Література.

1. Вернигора О. Як розвиватиметься цифрова економіка у найближчі роки. Економічна правда. 13.01.2022р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/13/681412/>

2. Публікація компанії Consulting For Retail: «Тренди ритейлу 2022». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.c4r.eu/ukr/blog/trendy-riteyla/trendy-riteyla-2022/>

3. Стаття компанії Scallium «12 IT-трендів 2022 Gartner для світу ритейлу», від 14.12.2021р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ua.scallium.pro/it-trends-2022>

4. Стаття з новин EDIN: «Інноваційні тренди, що назавжди змінять світ ритейл», [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://edin.ua/innovacijni-trendi-shho-nazavzhd-zminyayt-svit-ritejlu/>

5. Тенденції технологій в Retail на 2023 рік, 24.01.2023р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://wezom.com.ua/ua/blog/tendentsiyi-tehnologiy-v-retail-na-2023-rik>

6. Цифрова комерція у світі: ключові тенденції в 2022 та перспективи у 2023, 16.01.2023р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://fintechinsider.com.ua/czyfrova-komercziya-u-sviti-klyuchovi-tendencziyi-v-2022-ta-perspektyvy-u-2023/>

7. 10 місяців війни: як вдалось адаптуватись банкам, ритейлу, e-commerce та логістичним компаніям, 27.12.2022р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/yak-pracyuyut-privatbank-ukrposhta-novus-evo-v-umovah-viyni-50292602.html>

8. Погляд керівників бізнесу в Україні 2022. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ua/pdf/2022/11/ukrainian-business-leaders-outlook-2022-ua.pdf>

9. Які інновації впроваджують українські ритейлери під час війни, 25.08.2022р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://surl.li/mzjaz>