

СУЧАСНІ AI-ТЕХНОЛОГІЇ В РИТЕЙЛІ

Сучасний ритейл є найвразливішою сферою бізнесу в нашій країні. Проте саме надзвичайні умови вимушують ритейл швидко адаптувати торговельні процеси, застосовуючи, в першу чергу, систему економічних та інформаційних технологій для досягнення визначеної мети.

Проблемою впровадження інформаційних технологій в ритейлі займається низка вітчизняних науковців-практиків, серед яких виділяються праці: Ільге І.Г., Барибіної Я.О. Федулової Л.І., Нефьодова Л.І., Маркозова Д.О., Карпенко С.Г., Михайлова П., Сафонові Н.Б., Лисенко А.О., Фостолович В.А. та ін.

На думку аналітиків інформаційного інтернет-порталу All Retail [1], подолати щоденні задачі та труднощі сьогодення можливо при застосуванні AI-алгоритмів.

Рішення на основі штучного інтелекту (Artificial Intelligence - AI) дозволяють ритейлерам краще розуміти свого клієнта, створювати нестандартні персоналізовані пропозиції та допомагати відвідувачу магазину робити покупки. AI-системи оптимізують процес продажів і роблять покупки швидшими та ефективнішими [1]. Розглянемо направленості застосування сучасних AI-алгоритмів в ритейлі.

Для визначення портрета клієнта та окреслення потенційної аудиторії використовують технологію Big Data. Її інструменти допомагають будувати профіль покупців, дізнаватися їх вподобання, потреби, а також визначати, як змінюються вимоги до товарів та послуг в залежності від факторів впливу. За допомогою Big Data обробляється надвеликі обсяги інформації, яких надалі стає ще більше, постійна їх обробка та аналіз, а також можливість одночасної обробки різних типів інформації – дозволяють ритейлу сегментувати аудиторію, адаптувати асортимент, розробляти маркетингову стратегію, а також проводити

аналіз вподобань покупців по великій кількості встановлених критеріїв та визначати відсоток покупців за кожним із проаналізованим критерієм.

Отже, щоб успішно працювати у конкурентному середовищі, ритейлери використовують Big Data, не тільки для визначення поведінки та вподобань споживачів, а й для того, щоб бути більш клієнтоорієнтованими.

Застосування моделей прогнозування дозволяють ритейлу аналізувати динамічні зміни низки факторів в мінливих умовах. Точність прогнозу, не зважаючи від типу: короткострокового, середньострокового чи довгострокового, залежить від регулярності й частоти внесення даних для розрахунку [2]. Система SMART Demand Forecast – це система прогнозування попиту на основі ML & AI алгоритмів, здатна поліпшувати операційне планування в мінливому середовищі, дозволяє своєчасно забезпечити ритейл оптимальними запасами, максимізує прибуток та рівень сервісу при низьких витратах, а також здатна прогнозувати попит як на регулярні, так і на акційні продажі на різні терміни [3]. Для передбачення попиту потрібно структурувати та збирати дані про: продажі; промо-акції із зазначенням їхніх типів, тривалості; актуальні ціни на товари; маркетингове просування; ієрархії товарів та торгових точок; конкурентів.

Прогнозування попиту на основі ML & AI позитивно відображається на: покращенні логістики та підвищенні рівня сервісу; оборотності товарів; сприяє стабільним продажам, що напряду впливає на прибуток компанії; обробці значної кількості даних при відсутності ймовірності помилки співробітників під час прогнозування в електронних таблицях.

Отже, прогнози на основі алгоритмів ML & AI – здатні враховувати значно більше факторів впливу, адаптуватися до будь-яких змін середовища, і, таким чином, допомагає ритейлу оперативно приймати дієві управлінські рішення.

Augmented reality (доповнена реальність) – це одна з найважливіших на сьогодні технологій для сфери ритейлу, адже є найкращим способом забезпечити

покупців незабутніми враженнями. Augmented reality – це технологія, яка дозволяє впровадити у візуалізацію оточення додаткові віртуальні елементи [4].

Перші технології AR з'явилися ще в 1990-х роках минулого сторіччя, спочатку технології використовували компанії-виробники комп'ютерних ігор та студії, на яких знімали повнометражні фільми. Зараз її застосовують як канал комунікації зі споживачем. Популярність доповненої реальності зростає, через легкість та простоту покупок онлайн, оскільки сучасний ритейл надає таку можливість вибору купівель своїм споживачам. Також допомагає забезпечити клієнтам незабутній досвід та максимальний комфорт взаємодії з визначеним товаром, брендом, а саме: замість того, щоб створювати каталог з безліччю фото та довгим описом товарів, дозволяє споживачам розглянути продукцію «наживо». Таким чином взаємодія з ритейлом стає цікавішою, продуктивнішою і викликає позитивні емоції. Це дозволяє отримати лояльних клієнтів, зростання прибутку, конкурентну перевагу.

Отже, сучасні AI-технології перетворилися на інноваційний інструмент, який дозволяє ритейлу передбачати попит на товари, визначати поведінку та вподобання споживачів, а отже, бути більш клієнтоорієнтованими, своєчасно забезпечувати ритейл оптимальними запасами, оперативно приймати дієві управлінські рішення, успішно працювати у конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

1. Allretail.ua. URL: <https://allretail.ua/analytics/77436-yak-ai-tehnologiji-zminyuyut-suchasniy-riteyl> (дата звернення 10.11.2022).

2. Фостолович В. А. Штучний інтелект в сучасному бізнесі: потенціал, сучасні тренди та перспективи інтегрування у різні сфери господарської діяльності і життєдіяльності людини. Ел. журн. «Ефективна економіка». 2022. № 7.

URL:<http://eprints.zu.edu.ua/34376/1/4%2BFostolovych%2B%D0%9B%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D1%8C%2B2022.pdf> (дата звернення 11.11.2022).

3. Retailers.ua. URL: <https://retailers.ua/news/tehnologii/13362-yak-riteyleru-zbilshiti-pributok-pidvischivshi-tochnist-prognozuvannya-popitu> (дата звернення 10.11.2022).

4. Wezom. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/dopolnennaya-realnost-v-ritejle> (дата звернення 11.11.2022).

Автори : к.е.н., доц. Данкєсва Оксана Миколаївна