

абстрактного, від масштабного до мікропроблем, враховуючи сукупність не тільки економічних знань, але й механізмів державного регулювання, поведінкових теорій, соціальних процесів, можна сформувати повноцінного фахівця-економіста з міжнародних економічних відносин, що зможе адекватно реагувати на виклики сьогодення [1;2;3].

Розгортання нової світової фінансово-економічної кризи в березні 2020 року, обумовлює задіяння суттєвих інтелектуальних зусиль і комплексних заходів для перезапуску глобалізованої економіки. В глобалізованому світі існують значні технічні, технологічні, людські і фінансові ресурси, а тому потрібно підійти до вирішення цього питання стратегічно виважено і комплексно, з врахуванням поточної ситуації на ринках, використовуючи найактуальніші знання з різних сфер (державне регулювання, фінанси, міжнародна економіка, соціальна економіка тощо) та оцінюючи реальний стан кожної країни окремо, не по шаблону. При такому підході є можливість використати існуючий суттєвий потенціал для менш асиметричного розвитку світової економіки та посприяти більш гармонійному і стійкому економічному зростанню в майбутньому.

Література

1. Бутко В. Об инновационном развитии // журнал «КАПИТАЛ» // мнения / анализ // 10.12.2018 // URL: <https://www.capital.ua/ru/publication/121835-ob-innovatsionnom-razvitii#ixzz5ZH5Q64wF>
2. Редзюк Є.В. Глобальний інноваційно-інвестиційний розвиток і місце України в цьому процесі // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Науково-практичний журнал. 11/2017. – К.: Міленіум, 2017.–с.27-35
3. Wolf M. Why Economists Failed as “Experts” — and How to Make Them Matter Again / <https://URL:www.nakedcapitalism.com/2019/03/economists-failed-experts-make-matter.html>

УДК:339.138

Інна Миколаївна Рєпіна

*д.е.н, професор, завід. кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*

Мар'яна Хан

*студент ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»
boiarchukm19@gmail.com*

ІННОВАЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ FOOD РІТЕЙЛ КОМПАНІЙ

INNOVATIVE AS THE SOURCE OF COMPETITIVENESS OF FOOD RETAIL COMPANIES

ИННОВАЦИИ ЯК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ FOOD РИТЕЙЛ КОМПАНИЙ

Анотація. У роботі досліджено інноваційні впровадження у food ритейл компаніях, вузькі місця та потенційні новинки для підвищення рівня конкурентоспроможності.

Аннотация. В работе исследованы инновационные внедрения в food ритейл компаниях, узкие места и потенциальные новинки для повышения уровня конкурентоспособности.

Abstract. This paper explores innovations in food retail companies, problems and potential innovations to enhance competitiveness.

Епоха цифрової революції, яка підходить до логічного завершення, характеризується інформаційно-комунікаційними упровадженнями, автоматизацією та роботизацією виробничих процесів. На зміну їй приходить епоха 4.0 для якої характерними є повна автоматизація виробництва, впровадження кіберфізичних систем, що створюють віртуальні копії об'єктів, приймають децентралізовані рішення, взаємодіють у режимі постійного часу, самоналаштовуються і самонавчаються. Тому забезпечення конкурентоспроможності компаній за таких умов стає вкрай важливо. Особливо якщо бізнес стосується торгівлі.

На нашу думку джерелом конкурентоспроможності за цієї ери будуть інновації, що впроваджуватимуть компанії, особливо ритейл. Ритейлери використовують всі можливі інструменти для залучення нових покупців і збільшення лояльності існуючих. Однією з можливостей робити персоналізовані пропозиції, а також вести бізнес більш технологічно і комфортно, є використання інновацій.

Перш ніж робити прогнози та виділяти можливості, варто зазначити про зміни, які відбулися у компаніях продуктової роздрібної торгівлі за останній рік. Так розпочалося масове закріплення своїх позицій за рахунок впровадження новітніх маркетингових стратегій: трансформація форматів магазинів та масове впровадження digital.

Бути у постійному зв'язку з клієнтом стало must have, тому такі компанії як «АТБ» та «NOVUS» запустили чат-боти у VIBER. Бот допомагає встановити особливі зв'язки з кожним клієнтом, тримати в постійному інформаційному полі щодо наявних акцій, найближчих магазинів та тримати зв'язок цілодобово [3].

Ще однією інноваційною особливістю 2019 року в food ритейл було масштабування бізнесу та зміна форматів магазинів. Особливо в цьому напрямі виділилася мережа магазинів «Сільпо»-дизайн та АТБ – присутність у всіх областях країни. Важливою рисою ритейл 2019 стало КСО (каси самообслуговування), що забезпечують швидке здійснення покупок без черг. Впровадження КСО можна зустріти в АШАН, СІЛЬПО, ФОРА, NOVUS, Велмарт тощо. Набирання обертів e-commerce. Відповідно до останніх досліджень 33% українців здійснюють покупки онлайн. Для розвитку даного напрямку ритейл компанії активно проваджують додатки, що забезпечують доставку продукції додому. Наразі популярною є платформа Zakaz.ua, якою користується Metro Cash & Carry Ukraine, доставка продукції додому здійснюється у таких містах країни як Київ, Дніпро, Харків, Одеса, Львів, Житомир, Вінниця та Запоріжжя. Fozzy C & S, яка входить до складу торговопромислової групи компаній Fozzy Group, поряд із використанням платформи Zakaz.ua, розвиває власний онлайн-магазин Fozzy Shop. До послуг Fozzy Shop можуть звертатися скористатися жителі Києва, Дніпра, Одеси та Харкова [4].

Відповідно до досліджень Mind Innovation Index минулого року вперше в Україні був представлений Індекс інноваційності українських компаній [2]. Кожну компанію експертним методом оцінювали за такими показниками: інноваційність продукту, інноваційність бізнес-моделі, бізнес-процесів, які інновації компанія впроваджує при взаємодії з клієнтами, як компанія впливає на навколишнє середовище та чи готова змінюватися відповідно до викликів майбутнього [5]. Серед 5 найбільших українських ритейлів лише Сільпо отримало більше 75 балів, а в категорії «інноваційність бізнес-процесів» компанія єдина серед представників роздрібної торгівлі отримала 90 балів. Так загальний бал інноваційності компанії становить 80. За що ж отримало Сільпо такі бали? Використання аналітики Big data для створення персоналізованих пропозицій та емоційного клієнтського досвіду. Особливістю Сільпо є унікальний дизайн кожного магазину – це єдиний ритейл світу з впровадженням подібної практики. Проте одне з недавніх досліджень показало, що споживачі в буквальному сенсі побоюються деяких нових технологій. Причому самої страхітливої з них було визнано розпізнавання осіб, завдяки якому ритейлер може дізнатися про людину все, як тільки він переступив поріг магазину. А ось найприємнішою для споживачів виявилася технологія, що дозволяє здійснювати покупки голосом, яку найактивніше і успішно просуває компанія Amazon.

Серед інших гравців ринку наступником Сільпо була компанія АТБ, що отримала 59 балів. Інновація АТБ – нові формати магазинів. Ашан Україна – 50 балів, новий сегмент супермаркетів та відкриття магазинів формату «біля дому». Metro Cash & Carry Україна – загальний бал інноваційності 47, перший рітейлер в Україні, який пройшов аудит харчової безпеки ISO 22000:2005. Ініціатор проекту «Фермове» щодо підтримки фермерів [5]. У всіх без винятку лідерів food рітейл найслабшою ланкою виявилася бізнес-модель, наразі вона застаріла.

Інший рейтинг інноваційності, що склали дослідники Delo.ua food рітейл представляють Сільпо та АТБ. Інноваційність Сільпо вбачається у дизайнерському оформленні магазинів з поєднанням фуд-корт. Наявністю фуд-корт з рибних і м'ясних ресторанів, піцерій, дзюо-бару, суши-зон зі стравами на винос і новий для мережі вега-бар. АТБ потрапило до рейтингу завдяки експерименту по впровадженню в магазинах системи Face Pay з кінця 2019 року. Нагадаємо, що раніше компанія розпочала використовувати практику платежів Apple Pay у 2018 році., з 2017 року механізм оплати під керуванням Android з підтримкою NFC та новітній проект «АТБОТ» у Viber і Telegram [7]. В сфері харчової промисловості, не зменшує позиції тренд здорового харчування і органіки, що теж рітейлери активно беруть на замітку, позиціонуючи себе як лояльних до споживачів компанії. Адже підхід «клієнт завжди правий» працює вже роками, а значить це дієвий інструмент для бізнесу, який суттєво додає йому поваги і уваги клієнтури.

Не зважаючи на позитивні зміни у впровадженні новітніх технологій серед food рітейл компаній в Україні існують перешкоди, які заважають підвищувати свою конкурентоздатність. Серед найвагоміших варто виділити:

- відсутність вдосконалення бізнес-моделей, орієнтація на традиційні для галузі;
- малу частку інноваційних оновлених продуктів, класичне орієнтування в бізнес-процесах, низький відсоток автоматизації завдань;
- неготовність споживачів сприймати інновації;
- неготовність корпоративної культури до digital трансформації – ступінь залучення лінійних працівників до генерації ідей та змін.

Впровадження Data analytics з метою створення емоційного рітейл. Не всі мережі можуть запропонувати унікальну цінність та позитивне враження.

Задля підтримання позицій сучасних лідерів food рітейл України та підвищення конкурентоспроможності інших учасників пропонуємо впроваджувати інновації наявні в інших країнах світу. Серед лідерів новинок є компанія рітейл Kroger та робототехнічна компанія Nuro, запроваджують автономну персональну доставку продуктів додому. Новітнім розробленням є BreadBot у торгових залах магазинів. Це автоматизований хліборобот, що виробляє за годину 10 булок хліба. Його особливість в тому, що споживачі наочно бачать яким чином печуться їх хлібини. А шведська компанія Карма розробила додаток, через який інформують про знижки для продуктів, які скоро втратять термін придатності. Shelf Engine – це інтелектуальна компанія з прогнозування, яка використовує штучний інтелект (AI) для прогнозування та управління замовленнями продуктів з малими термінами придатності. Shelf Engine заявляє, що, впроваджуючи їх програмне забезпечення, роздрібні торговці можуть досліджувати зростання своїх продажів, зводячи до мінімуму запаси та запобігаючи завищенню запасів, що швидко псуються. Для прогнозування споживчих вподобань компанія Spoonshot використовує науку про харчові продукти та AI для прогнозування смаків, щоб допомогти роздрібним торговцям бути на крок попереду, підлаштовувати персоналізовані рекомендації та керувати досвідом гостей у режимі реального часу. Northfork – це шведська персоналізована платформа магазину, що спеціалізується на розробленні рецептів продуктів харчування для роздрібної торгівлі. Компанія дозволяє продуктовим роздрібним торговцям співпрацювати з клієнтам і відкривати нові рецепти, робити розумніші покупки та збільшувати дохід [1]. А Amazon відкрив у Сіетлі (США) продуктовий супермаркет, в якому реалізована модель Amazon Go – торгівля без касових апаратів.

Усе вище перераховане великий простір вдосконалень для українського ритейл. А в найближчому майбутньому food мережам варто: фокусуватися на еко-відповідальності, відмовлятися від поліетилену та пропонувати паперові пакети та тканинні сумки; пропонувати екологічно чисту продукцію особливо фрукти та овочі. Набирають обертів маленькі формати магазинів «біля дому», де швидко і зручно можна здійснити покупки. Культурна трансформація та підвищення сервісності – це те, що очікують українці від магазинів [8]. Впровадження послуг доставки продуктів додому стануть найважливішою конкурентною перевагою. За дослідженнями PwC 88% населення готові переплатити, якщо їм привезуть продукти швидко під будинок. А доступний сайт підлаштований до кожного споживача персоналізовано забезпечить стійкий прибуток компанії. Великі роздрібні мережі навчилися видобувати цю інформацію з різних джерел: соціальних мереж; датчиків IoT, розроблених на основі і AI і Deep Learning, чат-ботів, месенджерів, аналізуючи дані з колл-центру. А соціальний шопінг – зробить компанію лідером галузі [6].

Опираючись на дослідження можемо стверджувати, що лідируючі позиції в інноваціях food ритейл у 2020 році займуть digital стратегії та e-commerce технології.

Література

1. Food retail innovation: Five trends leading the future of the industry [Електронний ресурс] // Retail insight network. – 2019. – URL: <https://www.retail-insight-network.com/features/food-retail-innovation/>.
2. Mind Innovation Index 2019: штучний інтелект, але піратський софт [Електронний ресурс] // mind. – 2019. – URL: <https://mind.ua/publications/20203121-mind-innovation-index-2019-shtuchnij-intelekt-ale-piratskij-soft>.
3. Как изменился ритейл за 2019 год: чат-боты, e-commerce и новые лидеры рынка [Електронний ресурс] // Delo.ua. – 2019. – URL: <https://delo.ua/business/kak-izmenilsja-ritejl-za-2019-god-chat-boty-e-co-362709/>.
4. Пономаренко І. В. Аналіз ринку продуктового ритейлу в Україні [Електронний ресурс] / І. В. Пономаренко, І. І. Віннікова // Економіка та управління підприємствами. – 2019. – URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/30.pdf.
5. Рейтинг инновационности украинских ритейлеров: Сильно обходит Эпицентр [Електронний ресурс] // Ukrainian Retail Association. – 2019. – URL: <https://rau.ua/ru/analytics/innovatsij-ritejleriv-silpo/>.
6. Ритейл-2020: топ-5 трендов digital-трансформации в торговле [Електронний ресурс] // All.retail. – 2019. – URL: <https://rau.ua/ru/news/5-trendov-digital-transformatsyy/>.
7. ТОП-50 инновационных компаний Украины [Електронний ресурс] // Delo.ua. – 2019. – URL: <https://delo.ua/business/top-50-innovacionnyh-kompanij-ukrainy-361631/>.
8. Ціна, швидкість і досвід покупки. Як змінюються тренди сучасної торгівлі – дослідження Nielsen [Електронний ресурс] // RAU. – 2020. – URL: <https://rau.ua/novyni/trendy-torgivli-nielsen/>