

ЦИФРУ НА ПОЛКУ

РИТЕЙЛ ОКАЗАЛСЯ СРЕДИ ИНДУСТРИЙ, КОТОРЫЕ ПОВЕРГЛИСЬ, ПОЖАЛУЙ, НАИБОЛЬШИМ ИЗМЕНЕНИЯМ НА ФОНЕ ПАНДЕМИИ. ПРЕЖДЕ ПОСТУПАТЕЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ И ОНЛАЙН-КАНАЛОВ НА ФОНЕ ИЗОЛЯЦИИ ПРИШЛОСЬ ОТБРОСИТЬ В ПОЛЬЗУ МАКСИМАЛЬНО БЫСТРОГО «ЦИФРОВОГО ВЗРОСЛЕНИЯ», ЧТОБЫ УДОВЛЕТВОРИТЬ РЕЗКО ВОЗРОСШИЙ СПРОС ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. В ВЫИГРЫШЕ ОСТАЛИСЬ И КРУПНЕЙШИЕ ИНТЕГРАТОРЫ, И ВЕНДОРЫ, ЗАРАБОТАВШИЕ МИЛЛИАРДЫ НА АЖИОТАЖНОМ СПРОСЕ. КРУПНЫЕ СЕТИ ТЕМ ВРЕМЕНЕМ СТАНОВЯТСЯ НАСТОЯЩИМИ ИТ-КОМПАНИЯМИ, ВСТУПАЯ В БОРЬБУ ЗА РАЗРАБОТЧИКОВ И АНАЛИТИКОВ. ДМИТРИЙ ШЕСТОПЕРОВ

ТРАНСФОРМАЦИЯ НА СКОРОСТЬ

По данным CNews Analytics, расходы ритейлеров на ИТ в 2020 году выросли на 42%. Именно такой рост показала годовая выручка 20 крупнейших поставщиков ИТ в ритейл, которая достигла 96,5 млрд руб. По оценкам Softline, темпы роста продаж ИТ в ритейле оказались существенно выше, чем в целом по рынку — рост на 27% против 14% в 2020 году.

В целом основными направлениями цифровизации в ритейле стали маркетинг и повышение эффективности операционных процессов и качества логистики, объясняет партнер практики технологического консалтинга PwC в России Тимофей Хорошев. Ритейлеры осознали, что у них есть достаточное количество данных о потреблении своих клиентов, и начали чаще их монетизировать, подтверждает партнер департамента управления рисками «Делойт» в СНГ Сергей Кудряшов: «Такого рода аналитические решения потребовали от компаний внедрения новых технологий, которых у них прежде не было». Сейчас задачи хранения и обработки больших данных консолидируют на себе крупнейшие вендоры в лице Amazon, Google и Microsoft, но в фокусе крупнейших ритейлеров — развитие собственной инфраструктуры, отмечает управляющий директор «Х5 Технологии» Антон Мироненков.

По словам директора по отраслевым решениям для ритейла в КРОК Алексея Загайнова, облако и услуги поверх него, а также аренда выделенного оборудования в коммерческом ЦОДе остаются наиболее востребованными услугами для ритейла, в первую очередь в e-commerce. За первое полугодие 2021 года количество обращений от этой категории клиентов увеличилось на 118%, оценивают в компании. Росту востребованности технологий в ритейле помимо вызовов рынка способствует и растущая конкуренция среди Cloud-вендоров, и, как следствие, значительно оптимизированные предложения от них, замечает директор департамента по работе с розничными сетями и сектором товаров народного потребления Softline Алексей Сасаев.

Торговые сети существенно нарастили спрос и на инструменты аналитики. По словам Антона Мироненкова из «Х5 Технологии», речевая аналитика позволяет улучшать качество обслуживания в колл-центрах, а видеоаналитика успешна там, где цена ошибки невелика: наблюдение за полками, появлением очередей. Видеоаналитика нужна магазинам и для сценариев «одиночки покупатель», добавляет директор по инфортехнологиям группы «М.Видео—Эльдорадо» Александр Соколовский. «Нейросеть в режиме реального времени анализирует видео-



КАССЫ САМООБСЛУЖИВАНИЯ — ОДИН ИЗ ВАЖНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ТОРГОВЛИ

поток из магазина, может отличить сотрудников от посетителей, а затем «накладывает» данные о местоположении людей на план магазина. Решение выявляет посетителей, которые уже некоторое время стоят у полки или перемещаются по торговому залу в поисках консультанта, и отправляет уведомление сотрудникам магазина через чат-бот», — рассказывает он о внутренней разработке группы.

ПОКУПКИ МИМО КАССИРА Не всегда покупатели в принципе нуждаются в человеческом контакте, особенно когда этому не способствует ситуация с пандемией. Это стимулирует востребованность касс самообслуживания (КСО).

Сейчас в магазинах Х5 Group совокупно 8,9 тыс. касс самообслуживания примерно в 2,7 тыс. магазинов. Внедрение таких устройств способствует увеличению оборота точки на несколько процентов, решает проблему с очередями на кассах и способствует росту удовлетворенности покупателей, говорит Антон Мироненков. По его словам, в среднем 34,8% чеков супермаркета «Перекресток» шло через кассы самообслуживания Х5. Практически все кассы в КСО группы — продукт собственной разработки, что позволяет снизить стоимость устройств в четыре раза.

У «Магнита» более 1,5 тыс. касс самообслуживания. В магазинах, где установлены КСО, мы видим увеличение производительности на 4%, снижение очередей — на 20%, а также значительное улучшение сервиса без увеличения количества персонала. «Покупатели, которые пользуются си-

стемами самообслуживания, чаще приходят в магазин в среднем на 37%, и их чек на 10% выше, чем средний чек остальных покупателей», — утверждает директор департамента розничных технологий сети «Магнит» Эдуард Ирышков.

В среднем по рынку через КСО проходит более 30% покупок у тех ритейлеров, где такие устройства установлены, оценивает гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров. «КСО очень стимулируют малые чеки, особенно среди тех, кто мог отказаться от покупки из-за долгого ожидания», — объясняет эксперт. Несмотря на кажущиеся серьезными риски воровства при таком формате обслуживания, статистика такую тенденцию не подтверждает, отмечает он.

ПРОДУКТЫ НА ЗАКАЗ Одними из ключевых бенефициаров пандемии стали участники рынка электронной торговли, и свои дивиденды в виде миллионов новых клиентов они продолжают получать и сейчас. Наибольшую динамику показал сегмент e-grocery, то есть онлайн-заказ и доставка продуктов питания. Специализированные сервисы — «Сбермаркет», «Самокат» и «Яндекс.Лавка» — нарастили обороты в десятки раз по итогам 2020 года в сравнении с 2019-м.

Такая динамика вынудила FMCG-ритейл быстро наращивать присутствие в онлайн-торговле, в том числе через партнерство с этими сервисами. «Магнит» начал работу над созданием онлайн-

формата весной 2020 года, осенью подключил Delivery Club и «Яндекс.Еду», позднее запустив собственную доставку и выйдя на «Сбермаркет» и Wildberries. По итогам первого квартала нынешнего года «Магнит» выполнял в среднем 9,5 тыс. заказов в день. К концу сентября этот показатель увеличился до 50 тыс., утверждают в компании, и около 60% онлайн-выручки приходится на доставку за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

По данным Infoline, «Перекресток.Впрок», входящий в Х5 Group, в первой половине 2021 года нарастил оборот на 56%, до 10,3 млрд руб. Сервисы экспресс-доставки группы росли еще быстрее — совокупно на 642% год к году, до 13,3 млрд руб. В июне Х5 Group также объявила, что вывела онлайн-бизнесы в отдельную структуру, ранее не включая и их IPO в перспективе нескольких лет.

РИТЕЙЛ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В ИТ Одновременное внедрение десятков цифровых инициатив, меняющих бизнес-процессы компании, требует от участников рынка продуктового подхода, объясняет Тимофей Хорошев из PwC: «Над каждой инициативой трудится сфокусированная только на одном продукте команда. Что автоматически означает стремительный рост потребности в IT-специалистах, а следом и растущие требования к мощности IT-инфраструктуры». Особенно высокий спрос на все, что касается разработки, отмечают в Softline.

Тенденции подтверждает статистика. Так, число вакансий в сфере программирования и разработки со стороны ритейлеров выросло в 2020 году на 10% в сравнении с 2019-м, но за прошедшие месяцы 2021 года динамика еще выше — 17% год к году (13,4 тыс. вакансий с начала года). В 2021 году число вакансий аналитиков в этих компаниях выросло на 40% год к году, до 6,2 тыс. Вакансии в сфере управления проектами за тот же период выросли на 20%, до 5,3 тыс. позиций.

Крупнейшие компании предпочитают полагаться полностью на внутренние ресурсы. «С начала 2021 года мы уже удвоили число IT-специалистов и увеличили долю расходов на собственные разработки, а также перешли к продуктовому подходу», — рассказывает Александр Соколовский из «М.Видео—Эльдорадо».

Впрочем, компании второго эшелона пока достаточно серьезно полагаются на аутсорсинг-разработки, хотя многие из них понимают, что это не всегда дает полностью контролируруемую технологию, добавляет Сергей Кудряшов. «Чем быстрее у небольших компаний начнут расти аппетиты, тем быстрее они начнут забирать под себя разработку решений», — прогнозирует он. ■