

МИРОВОЙ ОПЫТ РОБОТИЗАЦИИ В ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ, КОТОРЫЙ МОЖЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ

Роботизация на данный момент, пожалуй, самый модный технологический тренд в торговле. Роботов внедряют многие ритейлеры в самых различных сферах своей деятельности.

Одним из последствий COVID-19 является стремительная автоматизация, подкрепленная широким принятием общественностью. По результатам опросов RetailWire и Brain Corp. 64 % торговых предпринимателей считают, что необходимо иметь четкий, реальный и заложённый в бюджет план автоматизации. Речь идет о крупных организациях, часть которых в числе опрошенных составляет около 77 %.

Лидером роботизации в ритейле сегодня является Китай. В 2017 г. был открыт полностью автоматизированный магазин без работников и персонала. К концу 2018 г., когда данные магазины начинали свое распространение в Китае, уже было открыто 200 единиц таких торговых точек, средние и крупные ритейлеры привлекли тогда около 620 млн дол. США на развитие нового формата магазинов. Соответственно, растут продажи роботов для работы в торговле. В 2017 г. 63 % рынка профессиональных сервисных роботов приходится именно на логистику. В 2018 г. продажи логистических роботов возросли еще на 66 %. С 2019 по 2021 гг. продажи увеличиваются ежегодно не менее чем на 18 %.

Преимущества автоматизации торгово-технологических процессов. Благодаря роботизации производительность труда и качество продукции получают новый потенциал к росту: складские роботы позволяют снизить операционные расходы каждого склада примерно на 20 %; операции, на которые человек тратит 60–75 мин, роботизация позволяет выполнять в течение 15 мин и т.д.

В связи с развитием роботизации одной из новых профессий в ритейле является онлайн-ритейл-менеджер. Одной из новых профессий в логистике, которую создала электронная торговля, является цифровой логист.

Если белорусский ритейлер проанализирует все имеющиеся на сегодняшний день данные, будет принимать к сведению все риски данного направления, его осведомленность обязательно приведет к двум главным целям торговли — получению максимизированной прибыли и удовлетворению спроса потребителя.