

*Никитишин Т.
ст. гр. МАРК-41
Іванечко Н.Р.*

*к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Тернопільський національний економічний університет*

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ ПРОДУКТОВИМИ МЕРЕЖАМИ: ЗАРУБІЖНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Штучний інтелект набуває все більшого застосування не лише зарубіжними компаніями, а й українськими теж. Підприємства усвідомлюють важливість новітніх технологій для формування конкурентної переваги на ринку та прийняття більш ефективних бізнес-рішень.

Теоретичні та практичні питання застосування штучного інтелекту досліджувалися у наукових працях зарубіжних та вітчизняних авторів, таких як: Г. Андрощук, О Смолинець, А. Шевченко, Є. Ходаківський, С. Фомченкова, Н. Ляніна, В. Ібрагімов, Н. Популовська, Т. Кумар, М. Тракру, А. Рінгстром та інших.

Серед визначень штучного інтелекту, на нашу думку, найкраще подає А. І. Шевченко: «штучний інтелект – це алгоритм вирішення завдань, сформований штучною свідомістю». Науковець пропонує авторське визначення поняття «штучний інтелект» як сукупності універсальних процедур, що надають змогу на свідомому рівні створювати алгоритми вирішення конкретних творчих завдань [1, с.7].

У різних галузях технології штучного інтелекту допомагають підвищити продуктивність виробництва та створити нові продукти і послуги. Ці технології вже застосовують у таких галузях, як роздрібна торгівля, виробництво та розваги. Роздрібні торговці все частіше використовують результати досліджень, аналітичну прогностику та машинне навчання, щоби отримати розуміння поведінки покупців та специфіку актів купівлі. Завдяки цьому вони можуть продавати більше продукції та краще виявляти потреби своїх клієнтів у наявних конкурентних умовах [2, с.11].

Розглянемо застосування штучного інтелекту на прикладі провідної продуктової мережі Walmart (зарубіжне підприємство) та вітчизняної – «Сільпо».

Так, «Розумні полиці» та цифрові цінники користуються надзвичайною популярністю, оскільки дозволяють швидко реагувати на зміну попиту та пропозиції, це оптимізує час працівників та витрати, пов'язані із їхнім оновленням [3].

Система покупок без касира («scan and go») лише нещодавно з'явилась в Україні, проте, часто застосована у багатьох зарубіжних торговельних мережах, у Walmart зокрема [4, с. 4].

Крім того, засоби штучного інтелекту дозволяють виявляти шаблони руху покупців й відіграють значну роль у запобіганні крадіжок у роздрібній торгівлі [5, с. 34].

Інструментом штучного інтелекту мережі Walmart є чат-бот, відомий тим, що використовується як агент служби підтримки клієнтів. Він відповідає на більшість запитань клієнта без втручання людини [10, с. 23]. Клієнти відкривають додаток, перебуваючи у магазині, й можуть спілкуватися із ботом штучного інтелекту, щоби отримати інформацію щодо певного товару, перевірити, чи є він у наявності [6].

Досвід використання штучного інтелекту у інших країнах надає українським підприємцям приклад упровадження нових технологій для удосконалення своєї діяльності.

Розглянемо діяльність української мережі супермаркетів «Сільпо» та застосовані нею інструменти штучного інтелекту [2, с. 14]. «Сільпо» є однією із найбільших національних мереж продовольчих супермаркетів. Ця мережа працює в умовах, коли домінує ринок споживача, існує жорстка конкуренція. Для кращого задоволення потреб клієнтів та оптимізації певних процесів «Сільпо» упровадило та продовжує шукати можливості застосування штучного інтелекту у своїй діяльності.

До прикладу, картки лояльності є звичним засобом утримання клієнтів та пропонування більш персоналізованих пропозицій. «Сільпо», як і зарубіжні мережі, удосконалило їх використання й за допомогою програм штучного інтелекту створило власний додаток, який надає клієнтам додаткові пропозиції. Він замінює пластикові карти лояльності й надає можливість користуватися програмою «Власний рахунок» у смартфоні [2, с. 15]. Також нещодавно було впроваджено систему покупок без касира, які є у Walmart та інших зарубіжних мереж.

«Сільпо» також є мережею, яка запровадила не лише безконтактну оплату картою, але й оплату за QR-кодом. Покупці, що використовують мобільний додаток «Сільпо», отримали можливість оплачувати покупки за допомогою QR-коду без використання платіжної карти [7].

Для організації та підтримки взаємодії із клієнтами через відповіді на їхні запитання мережа супермаркетів «Сільпо» запустила тестування KISSA (Key Intellectual Silpo System Assistant) – унікальну для українського ринку рітейлу програму штучного інтелекту. Робот на ім'я KISSA відповідає на запитання на гарячій лінії «Сільпо» й опрацьовує значний обсяг даних (Big Data). Програма здатна навчатись сама й у процесі спілкування із зростаючим числом гостей оптимізує аналітичні дані програми "Власний рахунок" [2, с. 16].

Згадані вище засоби штучного інтелекту як для вітчизняної мережі «Сільпо», так і для Walmart, дозволяють не лише розширювати ринки та збільшувати чи підтримувати продажі, але й робити покупки клієнтів більш комфортними й унікальними, підтримувати їхню лояльність до бренду.

Список використаних джерел

1. Шевченко А. И. К вопросу о создании искусственного интеллекта. 2016. № 1, С. 7.
2. Іванечко Н., Процишин Ю., Никитишин Т. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід. *Food Industry Economics*. 2020. №12(1). С. 77-85. URL : <https://doi.org/10.15673/fie.v12i1.1671>
3. Aneri Shah. All you need to know about HEMA, Alibaba's AI powered supermarket. 2019. URL: <https://paperavocado.com/all-you-need-to-know-about-hema-alibabas-ai-powered-supermarket/> (дата звернення 2.05.2020).
4. Oliver Wyman. Супермаркеты нового поколения. Как цифровые технологии могут обеспечить высокое качество обслуживания при более низких затратах? Marsh&McLennan Companies, 2018. P. 4.
5. Eric Thorsen. Revolutionizing retail with artificial intelligence. 2018. С. 34.
6. Blake Morgan. The 20 Best Examples Of Using Artificial Intelligence For Retail Experiences. 2020. URL: <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/03/04/the-20-best-examples-of-using-artificial-intelligence-for-retail-experiences/> (дата звернення 2.05.2020).
7. Украинская сеть супермаркетов внедрит оплату по QR-коду. 2018. URL: <https://psm7.com/technology/set-supermarketov-podklyuchilas-k-masterpass.html> (дата звернення 2.05.2020).