

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНАЛИТИКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В РИТЕЙЛЕ

Телятьев А.С. (ИТМО)

Научный руководитель - кандидат экономических наук, доцент Николаев А.С.
(ИТМО)

Введение. Применение аналитики больших данных в ритейле открывает новые возможности для внедрения инноваций, позволяя компаниям переосмыслить традиционные подходы к управлению ассортиментом, ценообразованию, маркетингу и клиентскому обслуживанию. Использование передовых аналитических инструментов и методов машинного обучения для обработки и анализа больших объемов данных позволяет ритейлерам выявлять скрытые закономерности в поведении покупателей, прогнозировать спрос на продукцию и оптимизировать логистические операции. Это включает в себя анализ данных из социальных сетей, интернета вещей (IoT), точек продаж и онлайн-платформ, что дает ритейлерам возможность адаптировать свои стратегии и предложения в реальном времени, тем самым повышая уровень инновационной активности и конкурентоспособность на рынке. [1]

Основная часть. Аналитика больших данных оказывает существенное влияние на инновационную активность в ритейле, стимулируя разработку и внедрение новых подходов и решений. Ритейлеры, которые используют аналитику данных, могут более точно настраивать свои маркетинговые кампании, персонализируя предложения и улучшая взаимодействие с клиентами. Также аналитика способствует усовершенствованию цепочек поставок и инвентаризации, позволяя предприятиям своевременно реагировать на изменения спроса и минимизировать издержки. Внедрение инновационных технологий, таких как автоматизированные системы рекомендаций и цифровые двойники для моделирования и оптимизации бизнес-процессов, становится возможным благодаря глубокому анализу данных, что приводит к улучшению качества обслуживания и повышению удовлетворенности клиентов. [2] Несмотря на значительные преимущества, использование аналитики больших данных в ритейле сопровождается рядом вызовов. К ним относятся вопросы защиты данных и конфиденциальности, интеграции разнородных источников данных, необходимость в высококвалифицированных аналитиках и специалистах по обработке данных, а также высокие затраты на внедрение и поддержку соответствующих технологий. Тем не менее, перспективы использования аналитики больших данных в ритейле остаются многообещающими, поскольку она предлагает пути к более глубокому пониманию потребностей рынка, разработке инновационных продуктов и услуг, а также созданию устойчивых конкурентных преимуществ. Для реализации этих возможностей ритейлерам необходимо сосредоточиться на разработке стратегий управления данными, обеспечении безопасности данных и постоянном обучении персонала. [3]

Выводы. Аналитика больших данных играет ключевую роль в управлении инновациями в ритейле, предоставляя компаниям инструменты для глубокого понимания потребностей клиентов, оптимизации операций и разработки персонализированных предложений. Она способствует повышению инновационной активности, улучшению клиентского опыта и усилению конкурентных позиций на рынке. Однако для успешного применения аналитики необходимо преодолеть ряд вызовов, включая вопросы безопасности данных и необходимость в специализированных навыках. С учетом этих факторов, перспективы использования

аналитики больших данных в ритейле остаются значительными, обещая новые возможности для инноваций и роста в условиях постоянно меняющегося рыночного ландшафта. [4]

Список использованных источников:

1. Как известные ритейлеры используют большие данные - 2021 // Vc.ru — российское интернет-издание о бизнесе, стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях.. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/services/338468-kak-izvestnyye-riteylery-ispolzuyut-bolshie-dannye-3-realnyh-pri-mera> (Дата обращения 09.02.2024)
2. Impact of Big Data Analytics in Retail Industry - 2022 // Medium — платформа для социальной журналистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://medium.com/datatobiz/impact-of-big-data-analytics-in-retail-industry-simplified-7d382c8a9a57> (Дата обращения 11.02.2024)
3. Big Data в ритейле: использование технологии на примере практических кейсов крупных российских компаний - 2020 // New Retail - онлайн-агрегатор новостей по ритейлу. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://new-retail.ru/tehnologii/big_data_v_riteyle_ispolzovanie_tekhnologii_na_primere_pra-kticheskikh_keysov_krupnykh_rossiyskikh_ko9987/ (Дата обращения 13.02.2024)\
4. Ласкина Л.Ю., Силакова Л.В., Варакса А.М. Внедрение инноваций в ритейле и их влияние на стоимость компании. // Экономика. Информатика. 2020. Том 47, №2.