

МОДЕЛИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА: РОЛЬ ИИ В БИЗНЕС- ПРОЦЕССАХ И ОСНОВНЫЕ ВЫЗОВЫ

Телятьев А.С. (ИТМО)

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

Введение. Цифровая трансформация продовольственного ритейла в России становится важным фактором повышения конкурентоспособности в условиях динамично меняющейся экономической среды. Искусственный интеллект (ИИ) играет значительную роль в этих процессах, позволяя компаниям оптимизировать операции, персонализировать клиентский опыт и эффективнее работать с данными. В рамках исследования рассмотрены модели цифровой трансформации ритейл-компаний, проведена их классификация по уровню цифровизации и проанализированы экономические эффекты внедрения ИИ. Особое внимание уделено вызовам, возникающим в процессе внедрения технологий, включая технологические, организационные и экономические барьеры. [1]

Основная часть. В процессе исследования была предложена классификация продовольственных ритейл-компаний на основе уровня цифровизации. Она включает в себя три ключевых критерия: масштаб деятельности (федеральные, региональные, локальные компании), формат торговли (офлайн, онлайн, гибридные модели) и подход к цифровым изменениям (лидеры инноваций, средние адаптеры, консервативные компании). Такой подход позволяет выявить различия в применении цифровых технологий, определить стратегические приоритеты для различных категорий бизнеса и выявить наиболее перспективные направления цифровой трансформации в отрасли. [2] Анализ экономических эффектов применения ИИ показал, что внедрение интеллектуальных систем существенно влияет на операционную эффективность компаний. Опыт российских и международных ритейлеров подтверждает, что использование машинного обучения позволяет повысить точность прогнозирования спроса, оптимизировать логистические операции и сократить издержки. Персонализированные маркетинговые стратегии, построенные на основе анализа больших данных, способствуют увеличению среднего чека, повышению лояльности клиентов и созданию устойчивых отношений с целевой аудиторией. Кроме того, применение ИИ позволяет более эффективно управлять ассортиментом продукции, адаптируя его под меняющиеся потребности клиентов. Однако процесс цифровой трансформации сопряжен с рядом вызовов. Среди них можно выделить технологические барьеры, обусловленные необходимостью импортозамещения, дефицит квалифицированных специалистов в области анализа данных и разработки ИИ-решений, а также финансовые ограничения, сдерживающие реализацию масштабных проектов. [3] Существенным фактором, влияющим на скорость внедрения новых технологий, является уровень цифровой зрелости компаний и их способность адаптироваться к новым требованиям рынка.

Выводы. Цифровая трансформация продовольственного ритейла на основе технологий ИИ открывает значительные возможности для повышения эффективности работы, улучшения взаимодействия с клиентами и оптимизации операционных процессов. Однако для успешного внедрения требуется комплексный подход, включающий разработку стратегии, адаптированной под специфику компании, инвестиции в обучение персонала и обеспечение информационной безопасности.

Преодоление перечисленных вызовов позволит ритейл-компаниям укрепить свои позиции на рынке и успешно адаптироваться к новым экономическим условиям. [4]

Список использованных источников:

1. Национальная программа «Цифровая экономика РФ» – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://digital.gov.ru> (дата обращения: 18.02.2025).
2. Ретейл и цифровизация: тенденции 2024 года // New Retail – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://new-retail.ru> (дата обращения: 18.02.2025).
3. Ivanova M., Petrov S. Digital Transformation in Retail: AI and Data-Driven Solutions. – Moscow: ITMO University Press, 2023.
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.