

Сучасний інструментарій цифровізації транснаціональних корпорацій (на прикладі компанії Walmart)

Леонтович Альона Олександрівна, магістрантка
ORCID ID 0000-0002-5619-8154
WSG University, Польща

Науковий керівник: Трофименко Олена Олексіївна, д.е.н., професор,
КПІ ім. Ігоря Сікорського, Україна

Сучасні інновації та розвиток цифрових технологій суттєво трансформують структуру фундаментальних систем, особливо в контексті транснаціональних корпорацій (ТНК). Цифрова трансформація стає ключовим елементом для ефективного функціонування та конкурентоспроможності ТНК, оскільки вона сприяє підвищенню ефективності, продуктивності та надає беззаперечні переваги порівняно з традиційними методами в сфері ведення комерційної діяльності міжнародних корпорацій. Сфера бізнесу, націленого на глобальний ринок, активно впроваджує цифрові технології з метою пошуку та реалізації конкурентних переваг, задоволення наявних і передбачення майбутніх потреб клієнтів, оптимізації бізнес-процесів і організації менеджменту для підвищення ефективності роботи кожної зі структурних одиниць організації, зниження витрат і економії часу.

Таким чином, використання новітніх технологій є необхідністю для будь-якого ТНК, орієнтованого на зміцнення своїх конкурентних позицій на глобальному ринку.

Цифрова трансформація також вплинула на модель поведінки споживача, який сьогодні має необмежений доступ до інформації та різноманітних товарів та послуг. У секторі роздрібною торгівлі, який є ключовим для багатьох ТНК, застосування інструментів, таких як Big Data, Інтернет речей та штучний інтелект (ШІ), дозволило створити інноваційні структури та гнучкі бізнес-моделі. Такі компанії активно розробляють нові онлайн-платформи, які стають ключовими елементами для залучення та утримання потенційного споживача в умовах глобальної конкуренції.

Феномен загальної цифровізації сформував новий напрямок, який динамічно розвивається – e-commerce, що охоплює всі фінансові та торговельні транзакції, які здійснюються через комп'ютерний або онлайн-простір. Згідно з даними Statista Digital Market, дохід з онлайн торгівлі в США з 2017 до 2021 року виріс майже у 2 рази (з 424,9 млрд доларів до 767,7 млрд). У 2023 р. прогнозується, що цей показник досягне позначки в один трильйон доларів за рік, а 2025 року, за оцінками експертів, складатиме 1,33 трильйони доларів [1].

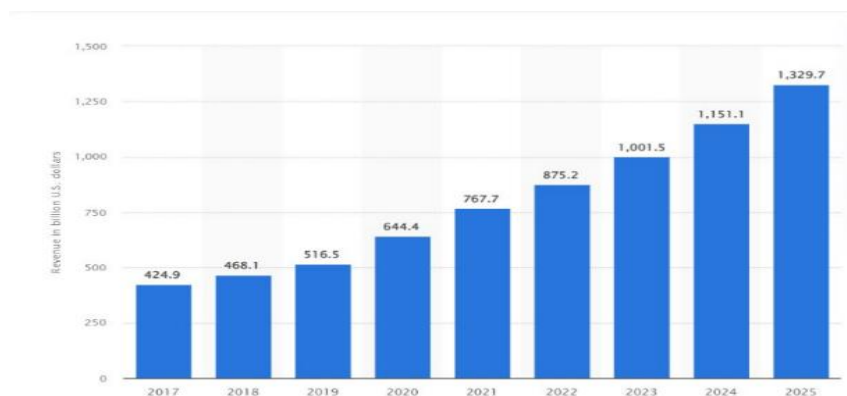


Рисунок 1 – Дохід e-commerce в США (Statista Digital Market) [1]

Масштабною американською ТНК є Walmart Inc. — корпорація роздрібною торгівлі, яка управляє мережею гіпермаркетів, універмагів та продуктових магазинів із США із головним офісом у Бентонвіллі, штат Арканзас.

Слід зазначити, що компанія Walmart стала першою у світі роздрібною мережею, яка впровадила комп'ютеризовані касові апарати, що дають змогу значно прискорити процес

покупок. Все частіше компанія заявляє про важливість цифрових технологій для оптимізації діяльності компанії. Про це також свідчить активне залучення компанії до побудови багатоканальної системи продажів, яка має на увазі офлайн і онлайн-продажі. Зростаюча роль глобальної мережі Інтернет, активне залучення сучасного споживача в цифрові технології, а також інноваційні компанії, які швидко зростають, свідчать про необхідність інтегрування нових технологій у бізнес-процеси компанії. Важливо зазначити, Walmart активно просуває цифрову стратегію, що позитивно позначається на динаміці розвитку компанії.

Відповідно до щорічного фінансового звіту Walmart [2], капітальні витрати на цифрові ініціативи у 2022 р. склали понад 5,2 млрд доларів, тобто зросли вдвічі з 2017 р. Також слід зазначити, що Walmart збільшив інвестиції в трансформацію власних торгових точок з метою впровадження цифрових інструментів у традиційний роздріб. На тлі цього зростання витрати на розширення і будівництво нових відділень у період 2017-2022 рр. були скорочені в 16 разів і склали приблизно 313 млн доларів у 2022 р. (рис. 2).

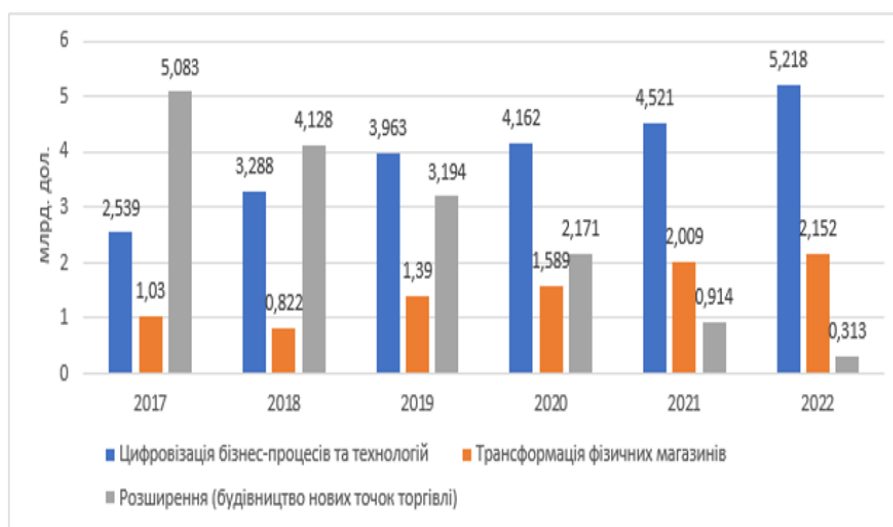


Рисунок 2 – Капітальні витрати Walmart на цифрову трансформацію і розширення торговельної мережі в період 2017-2022 рр. (у млрд дол.) [2]

Протягом останніх років Walmart більше націлений на підвищення ефективності та рівня цифровізації компанії, ніж на традиційну стратегію «фізичної» експансії традиційної роздрібною торгівлі на американському та міжнародних ринках. Стратегія комплексної цифровізації Walmart реалізується за двома основними напрямками: 1) оцифрування бізнес-процесів і техно-

логій, що містить електронну комерцію (e-commerce) і багатоканальні продажі; взаємодію з клієнтами; ланцюг постачань і логістика; 2) трансформація традиційних магазинів.

Електронна комерція, яку Walmart активно впроваджує у свої бізнес-процеси, реалізується через сервіси дочірніх компаній, таких як Jet.com, Haynedlee, Moosejaw, ModCloth, Shoe.com, Flipkart і Art.com. Система інтернет-продажів компанії включає онлайн-магазин Walmart.com, який пропонує весь асортимент продукції магазинів мережі, надає торгову інтернет-платформу для третіх осіб. Крім цього, Walmart.com взаємодіє з фізичними торговими точками за допомогою таких сервісів, як Online Grocery і Pickup Today, що дають змогу клієнтам здійснити замовлення через інтернет-магазин і отримати його в найближчому магазині. Таким чином, інтегруючи онлайн і офлайн-сервіси, Walmart створює багатоканальну систему продажів, яка дає змогу клієнту вибрати будь-який зручний для нього спосіб здійснення покупки.

Walmart постійно працює над підвищенням рівня ефективності взаємодії з клієнтами, що передбачає використання цифрових інструментів задля спрощеного процесу покупки в Інтернеті і можливість персоналізації продукції. Walmart для досягнення цієї мети використовує Big Data, що дає змогу стежити за загальними споживчими трендами, також

застосовує мобільні сервіси та додатки, які підвищують частоту взаємодії клієнта з роздрібною мережею. У 2018 р. компанією було випущено застосунок Walmart, доступний на мобільних платформах AppStore і GooglePlay, через який можна здійснити покупки і вибрати спосіб доставки, також застосунок зчитує вподобання споживачів і автоматично генерує список для майбутніх покупок. Крім того, в додаток вбудована своя платіжна система WalmartPay, за допомогою якої можна оплачувати покупки і здійснювати перекази іншим користувачам. У 2022 році корпорація ввела нову послугу «InHome Delivery», яка дозволяє кур'єрам доставляти продукти до холодильника навіть якщо клієнт знаходиться не вдома. За допомогою камер, які прикріплені до кур'єра, замовник відслідковує весь його шлях та за допомогою смартфона відкриває двері та контролює доставку до кінцевої точки.

Ланцюг постачань є одним із найперших бізнес-процесів, який зазнав цифрової трансформації в Walmart. Компанія використовує власну систему Always-on, яка сполучає торгові точки з постачальниками за допомогою бази даних Retail Link. Через цю систему відстежується інформація про продані товари в різних магазинах мережі, яка згодом дає змогу виробникам і постачальникам прогнозувати попит і створити єдину схему планування і постачань. У ланцюг постачань Walmart впроваджено розроблену спільно з IBM систему Walmart Food Safety, що дає змогу компанії значно прискорити процес постачань і відстежувати якість продукції та її придатність. Ця система побудована на базі технології blockchain. Крім цього, в липні 2019 р. Walmart запустила високотехнологічний центр консолідації, який дає змогу оптимізувати процес логістики та ланцюгів постачань. Розподіл і облік продукції здійснюється автоматизовано за допомогою технологій інтернету речей і штучного інтелекту. У 2021 році корпорація активно інвестує у доставку продуктів та товарів за допомогою дронів, тому у 2022 році кількість такої доставки досягла 1,14 мільйона посилок.

Walmart активно інтегрує інноваційні рішення в традиційні торгові точки. Наприклад, у 2018 р. Walmart почав використовувати роботів Bossa Nova, побудованих на базі штучного інтелекту, для відстеження доступності продукції на полицях, рівня їхнього запасу та інших трудомістких процесів. Після ідентифікації товарів, яких бракує, або інших будь-яких проблем робот надсилає запит на мобільні пристрої працівників магазину з фотографією і місцем розташування. Для організації ефективної роботи співробітників роздрібних магазинів було розроблено застосунок, через який вони можуть стежити за своїм розкладом і обмінюватися необхідною інформацією. Сортування продукції також є автоматизованим процесом у Walmart. Після розвантаження продукції на розподільчу стрічку система автоматично розподіляє продукцію та розміщує їх у необхідні відсіки.

Висновки. Слід підкреслити, що на глобальному ринку цифровізація грає важливу роль у забезпеченні ТНК конкурентної переваги за допомогою інноваційних рішень у традиційні бізнес-процеси міжнародної торгівлі. Нові технології сприяють зростанню обсягу продажів, зміцненню ринкових позицій в умовах постійної динаміки ринку та покращенню рівня взаємодії з глобальним сегментом споживачів. Тому, цифровізація компанії Walmart вплинула на збільшення частки цифрових продажів у загальному обсязі та створила багатоканальну систему реалізації продукції, що сприяє диверсифікації ризиків.

Література:

1. E-commerce in the United States | Statista. (б. д.). Statista.
<https://www.statista.com/study/28028/e-commerce-in-the-united-states-statista-dossier/>
2. Фінансова звітність Walmart 2022 року.
https://s201.q4cdn.com/262069030/files/doc_financials/2022/ar/WMT-FY2022-Annual-Report.pdf