

Пурас Тетяна Вікторівна

студентка

Дніпровського національного університету

імені Олеса Гончара;

Джусов Олексій Анатолійович

доктор економічних наук, професор

Дніпровського національного університету

імені Олеса Гончара

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-307-4-9>

ІННОВАЦІЇ В ГАЛУЗІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ: ДОСВІД КОМПАНІЇ «AMAZON»

Світові економічні тенденції демонструють об'єктивну необхідність забезпечення інноваційного шляху розвитку бізнесу як передумови його успіху і взагалі, існування у сучасному конкурентному середовищі. У цьому контексті мова йде не лише про технологічні чи продуктові інновації, але в першу чергу, про управлінські, маркетингові, організаційні. Саме такі види інновацій зазвичай стають каталізатором до нарощення усіх складових інноваційного потенціалу, що в підсумку забезпечує комплексний інноваційний розвиток компанії [1].

Компанія Amazon.com, Inc., є одним із перших Інтернет-сервісів, який зосереджується на реалізації реальних товарів масового попиту та є найбільшою у світі компанією, що продає товари та надає послуги через Інтернет. Компанія має низку закордонних філій, які розташовані в різних країнах світу, включаючи Канаду, Німеччину, Японію, Францію, Іспанію, Італію та Великобританію. Сервіси, які надаються в цих країнах, відрізняються вартістю доставки, асортиментом товарів та мовою інтерфейсу [2]. Найбільшим підрозділом є той, що знаходиться в США, проте останніми роками філії в Німеччині та

Великобританії стали дуже популярними завдяки зростанню замовлень з країн СНД, особливо завдяки більш доступній доставці порівняно з США [2].

За даними консалтингових компаній «BCG» (2 місце у рейтингу «The Most Innovative Companies 2019: The Rise of AI, Platforms, and Ecosystems») та «Strategy&» (1 місце у рейтингу «The 2018 Global Innovation 1000 study»), компанія «Amazon» очолює список найбільш інноваційних транснаціональних корпорацій у світі, оскільки продовжує створювати нові товари та послуги та успішно впроваджувати їх на ринку, що підтверджується високими фінансовими показниками компанії [3].

Високі технології є неодмінною частиною всіх бізнес-процесів компанії «Amazon». Вона трансформувалася в ІТ-компанію, яка активно працює над продажем інноваційних продуктів та технологій, починаючи від хмарних обчислень і закінчуючи «розумними домашніми пристроями».

Лідерство компанії в технологічному та ринковому аспектах базується на постійній розробці нової продукції. Варто зазначити, що інновації в основному використовуються для підвищення ефективності роботи компанії. Так, проект «Kindle», що компанія запустила ще у 2007 р. і який полягав у створенні серії планшетів для читання електронних книг та відповідного контенту, дозволив компанії зайняти лідерську позицію на ринку електронних книг [3]. Продукти «Amazon Kindle» дозволяють користувачам завантажувати, переглядати та читати електронні книги, газети, журнали, блоги та інші цифрові медіа-матеріали.

Компанія «Amazon» використовує новітні технології, такі як роботи восьмого покоління у своїх логістичних центрах, для покращення ефективності доставки замовлень. Крім того, компанія пропонує послуги у секторі глобальних обчислень, зберігання інформації, формування бази даних та інші послуги через свій сегмент «Amazon Web Services (AWS)», який став 13-мільярдним бізнесом [4]. Така стратегія розвитку дозволяє

компанії не тільки розширювати свій бізнес у суміжних сферах, але і вбудовувати його у франшизи.

Компанія «Amazon.com» зосереджується на задоволенні потреб та очікувань своїх клієнтів й завжди шукає способи поліпшити сервіс та розширити асортимент товарів за доступними цінами. Для цього компанія активно інвестує у технології, включаючи склади та безпілотну доставку.

Одним з основних напрямків розвитку є програма лояльності «Amazon Prime», яка дозволяє клієнтам отримувати безкоштовну доставку за один день, безкоштовний доступ до фільмів та серіалів від Amazon Prime Video та безкоштовний доступ до електронних книг від Amazon Kindle [2].

Також компанія «Amazon» активно розвиває мережу фізичних магазинів «Amazon Go», де клієнти можуть купувати товари без потреби проходити через касу [3]. Це досягається за допомогою технологій комп'ютерного зору, датчиків та інших сенсорів, які відстежують рухи клієнтів і зараховують оплату автоматично.

Магазин «Amazon Go» є новим форматом торговельного закладу з інноваційними технологіями, які є найпрогресивнішими у світі [3]. Система «Just Walk Out» автоматично реєструє, коли товари були взяті з полиці або повернені на місце, та відслідковує їх у віртуальному кошику, використовуючи алгоритми глибинного навчання, датчики та інші технічні засоби. Щоб здійснити покупку, покупцеві потрібен обліковий запис на сайті «Amazon.com, Inc.», який підтримується мобільним телефоном, та додаток «Amazon Go», який доступний безкоштовно. Після виходу з магазину покупцю надходить квитанція.

Нові точки вже відкрилися в Нью-Йорку, Чикаго, Сан-Франциско та Сіетлі. Завдяки використанню хмарних обчислень, машинного навчання, голосового управління та логістичного ноу-хау, «Amazon» забезпечує своїх клієнтів можливістю покупки товарів без черг та сплати на касі [3].

Це демонструє, як компанія створила технологічну платформу, яку можна використовувати іншими компаніями.

Наразі кількість роботизованих систем на складах «Amazon» подвоїлась і наразі становить 30 тисяч. Ці роботи досить ефективно працюють, що дозволяє оптимально використовувати складські приміщення. Розробником цих роботів є компанія «Kiva Systems», яку «Amazon» придбала в 2012 році за 775 млн доларів США [3].

Компанія «Amazon» підкреслює, що для нових автоматизованих центрів обробки замовлень потрібно збільшення кількості співробітників порівняно зі старими центрами, оскільки в нових центрах обробляється значно більше замовлень. Для контролю логістичного процесу потрібні люди, а не машини, як і раніше.

Конкуренти компанії «Amazon» активно працюють над забезпеченням своєї конкурентоспроможності на ринку електронної комерції, використовуючи різні стратегії. Наприклад, «eBay Inc.» зосереджується на розробці більш якісного пошукового сервісу та наданні клієнтам послуг, яких немає у «Amazon.com, Inc.» [3], тоді як «Wal-Mart Stores, Inc.» перетворює свої магазини у високотехнологічні розважальні центри з роботизованими візками для покупок та іншими інноваційними рішеннями.

У той же час, «Amazon» зосереджується на забезпеченні високої лояльності своїх клієнтів та максимальному задоволенні їх потреб, а також піклується про своїх акціонерів, постійно збільшуючи прибутковість акцій. В цілому, конкуренція на ринку електронної комерції зростає, що спонукає компанії до активного впровадження нових технологій та стратегій розвитку.

Таким чином, можна підсумувати, що головною рисою корпоративної політики компанії Amazon.com, є постійна робота над втіленням інновацій, диверсифікація свого бізнесу. Це дозволяє компанії вже багато років поспіль очолювати

список найінноваційніших компаній світу. «Amazon» активно впроваджує нові технології та продукти, що дає їй перевагу над конкурентами і підвищує рівень задоволеності її клієнтів. Інноваційна діяльність компанії сприяє її успішному розвитку та зміцненню лідерської позиції на ринку.

Література:

1. Апальков С.С., Бененсон О.О., Булатова О.В. та ін. Глобальна економіка: актуальні проблеми та вектори розвитку : монографія. Дніпро : ДНУ, 2021. 426 с.
2. Learn From Amazon's Approach To Innovation. URL: <https://www.forrester.com/blogs/learn-from-amazons-approach-to-innovation/> (дата звернення: 26.04.2023).
3. Amazon's Most Successful Innovations. URL: <https://innovolo-group.com/innovation-en/innovation-insights-en/amazons-most-successful-innovations/> (дата звернення: 16.04.2023).
4. Імперія Amazon: історія та особливості компанії. URL: <https://bazilik.media/imperiia-amazon-istoriia-ta-osoblyvosti-kompanii/> (дата звернення: 24.04.2023).