

И. В. Ильин, докт. экон. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, ivi2475@gmail.com

И. М. Запывахин, аспирант, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, igor.zapivakhin@gmail.com

Цифровая трансформация розничной торговли (ритейла): архитектурный подход

Практика показывает, что в то время, как традиционные розничные продажи снижаются, рынок электронной коммерции непрерывно растет с 2007 г. Эффективность данного канала распределения зависит от цепочки связанных бизнес-процессов доставки от поставщика до конечного покупателя. Без надлежащей координации этих процессов обеспечение эффективности розничной торговли затруднительно. Сквозные процессы розничной торговли строятся на интегрированном взаимодействии информационных систем (ИС), технологий больших данных, интернета вещей (IoT) и новых технологий. В данной статье приводится обзор рынка электронной коммерции, роли информационных технологий (ИТ) в ней, практики использования ИТ в каналах обслуживания и распределения товаров и актуальные требования клиентов к сервисам реселлеров. На основе полученных данных о существующих практиках управления ИТ-архитектурой обосновывается необходимость разработки эталонных моделей для предприятий сферы ритейла.

Ключевые слова: цифровая трансформация, розничная торговля, ритейл, архитектура предприятия, архитектурный подход, сервис-ориентированная архитектура, электронная коммерция, интернет вещей, большие данные.

Введение

Координация управления заказами (order management), планирование складских запасов (stock planning) и потребности (demand management), оптимизация сроков поставки (delivery time improvement), анализ ценовой политики конкурентов (competitors pricing strategy) и создание более привлекательного коммерческого предложения (appealing sales offer) являются обязательными составляющими обеспечения долгосрочной лояльности клиентов к электронному каналу продаж.

Эффективное обеспечение канала электронной коммерции возможно с помощью различных программных компонентов

с определенной функциональностью. Одна транзакция электронной коммерции включает в себя множество программных компонентов, которые предоставляют различные услуги, такие как поиск и просмотр продуктов, инициирование транзакции или оплата заказа [9]. Часто эти компоненты объединяются в единое программное приложение, которое затрудняет изменение или добавление услуг в существующий ландшафт. Недостатки гибкости монолитных программных платформ привели к развитию подхода к разработке программного обеспечения, основанного на сервис-ориентированной архитектуре (Service-Oriented Architecture), а также к появлению множества новых подходов и технологий.