«РАЗУМНЫЯ» ГАРАДЫ

Як лічбавізацыя зменіць наша жыццё?

РАЗУМНЫЯ прыпынкі, новыя банкаўскія сэрвісы, электронныя карткі навучэнцаў і журналы, чэргі і рэцэпты, бескантактавыя плацяжы, выкарыстанне новых рэсурсаў пры заказе таксі і пракаце роварaў, відэафіксацыя парушэнняў правіл дарожнага руху... Сучасныя тэхналогіі развіваюцца з неверагоднай хуткасцю і моцна змяняюць наша жыццё. Наступны этап — стварэнне разумных гарадоў. Міністэрствам сувязі і інфарматызацыі была распрацавана Тыпавая канцэпцыя развіцця разумных гарадоў Рэспублікі Беларусь. ААТ «Гіпрасувязь» сумесна з Аб'яднаным інстытутам праблем інфарматыкі НАН шчыруе над канцэпцыяй «Разумны горад для Оршы і Аршанскага раёна». Разглядаюцца пытанні адаптацыі новых рашэнняў у іншых гарадах Беларусі. На найбліжэйшы час у планах — стварыць умовы для паскоранага развіцця яшчэ дзесяці гарадоў з колькасцю насельніцтва звыш 80 тысяч чалавек: Баранавіч, Пінска, Наваполацка, Полацка, Мазыра, Ліды, Барысава, Салігорска, Маладзечна, Бабруйска.

Даведацца пра дасягненні і магчымасці далейшага развіцця гарадскіх тэхналогій можна было падчас форуму Minsk Smart City, дарэчы, гэта было першае ў свеце маштабнае анлайн-мерапрыемства, прысвечанае тэме разумных гарадоў.

ПРАВАВОЕ РЭГУЛЯВАННЕ

Галоўная мэта Праграмы сацыяльна-эканамічнага развіцця краіны на 2016—2020 гады — павышэнне якасці жыцця насельніцтва на аснове росту канкурэнтаздольнасці эканомікі, прыцягнення інвестыцый і інавацыйнага развіцця. Вялікая ўвага ў ёй удзяляецца комплекснай лічбавай трансфармацыі эканомікі і шырокаму ўкараненню інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій.

Нацыянальная стратэгія ўстойлівага развіцця да 2035 года таксама робіць акцэнт на развіцці ўстойлівай гарадской інфраструктуры, стварэнні ў рэгіёнах роўных магчымасцяў для дасягнення высокага ўзроўню і якасці жыцця насельніцтва, забеспячэнні камфортных умоў пражывання чалавека, дзякуючы рэалізацыі канцэпцыі «Разумны горад».

У праекце канцэпцыі Дзяржпраграмы інавацыйнага развіцця на 2021—2025 гады таксама прапісана задача па паскарэнні лічбавай трансфармацыі традыцыйных сектараў нацыянальнай эканомікі.

«Стратэгічнай мэтай стварэння «разумных гарадоў» з'яўляецца якасны рост канкурэнтаздольнасці эканомікі, дабрабыту і якасці жыцця гараджан праз лічбавую трансфармацыю ўсіх аспектаў чалавечай жыццядзейнасці», — заўважыў **намеснік дырэктара па навуцы і развіцці ААТ «Гіпрасувязь» Уладзімір ІВАШКА.**

Беларусь не застаецца ўбаку ад сучасных тэхналагічных трэндаў, сярод якіх адаптацыя інфармацыйных тэхналогій і рашэнняў, якія выкарыстоўваюцца на рэспубліканскім і галіновых узроўнях, фарміраванне адзінага інфармацыйнага асяроддзя горада, стварэнне ці ўдасканаленне геаінфармацыйных сістэм горада як асноўных інструментаў павышэння эфектыўнасці працэсаў кіравання гарадской інфраструктурай, прамысловы інтэрнэт, тэхналогіі воблачных вылічэнняў, штучны інтэлект, блокчэйн і іншыя інавацыі.

Сучасныя тэхналогіі дазволяць збіраць вялікую колькасць інфармацыі, аналізаваць яе і выкарыстоўваць пры прыняцці пэўных рашэнняў, звязаных з кіраваннем горада. На сёння кожны дзяржорган мае свае ведамасныя інфармацыйныя сістэмы, дзе збіраецца інфармацыя, неабходная для яго работы. Але колькасць «разумных» прылад пастаянна павялічваецца. Адпаведна, становіцца больш інфармацыі. Пакуль яна назапашваецца ў розных цэнтрах апрацоўкі даных. У той жа час, як заўважыў **супрацоўнік апаратыўна-аналітычнага цэнтра пры Прэзідэнце Рэспублікі Беларусь Мікалай БАРАДЗЕВІЧ,** пакуль не рэалізавана магчымасць аналізаваць вялікі аб'ём даных, якія сабраныя ўсімі дзяржаўнымі органамі, сумесна і ў прыватным парадку, каб у будучым прымаць рашэнні, абапіраючыся на статыстычныя звесткі. Таму сёння вядзецца работа па стварэнні нацыянальнай СМАРТ-платформы.

ІНАВАЦЫЙНАЯ ТРАНСФАРМАЦЫЯ

Не трэба зводзіць ідэю «разумных гарадоў» выключна да таго, што прастора вакол нас будзе «нашпігавана» крутымі тэхнічнымі прыладамі. Куды важнейшае тое, што новыя тэхналогіі будуць змяняць наш лад жыцця. Уласна «Разумныя гарады» ў першую чаргу павінны быць накіраваныя на паляпшэнне ўмоў і задавальненне патрэб людзей, вырашэнне пэўных мясцовых праблем і даваць жыхарам магчымасць удзельнічаць у кіраванні горадам, а бізнесу і навуковым супольнасцям — рабіць новыя праекты, якія будуць дапамагаць далейшаму развіццю населеных пунктаў.

Натуральна, будучыня за інавацыямі. Тэхналагічныя рашэнні дазволяць эфектыўна карыстацца рэсурсамі і развіваць паслугі, якія паляпшаюць умовы пражывання і спрыяюць дзелавой актыўнасці.

Тут не абысціся без разумнага кіравання. Будуць стварацца адзіныя аўтаматызаваныя сістэмы для кіравання гарадской гаспадаркай, развівацца анлайн-дзяржпаслугі, а самі гараджане праз спецыяльныя платформы змогуць далучацца да вырашэння пытанняў гарадскога развіцця.

Інавацыі пранікаюць у жыллёва-камунальную гаспадарку. Так, разумнае кіраванне ЖКГ, як растлумачыў Уладзімір Івашка, азначае стварэнне і ўкараненне ўніфікаванай сістэмы кіравання, кантролю і ўліку інфармацыі інжынерных сістэм інтэлектуальных будынкаў, аўтыматызаванага ўліку і рэгулявання патрэб рэсурсаў, забеспячэнне дыстанцыйнага кантролю тэхнічнага стану аб'ектаў інфраструктуры, укараненне аўтаматызаванай сістэмы кіравання абыходжання з цвёрдымі камунальнымі адходамі, стварэнне электронных сэрвісаў узаемадзеяння і абслугоўвання насельніцтва.

Стане разумнай і энергетыка: размеркаванне энергіі будзе адбывацца ў рэжыме рэальнага часу з мінімальным умяшаннем чалавека. Новыя прыборы дазволяць эканоміць электраэнергію, якая спажываецца.

Установка ў месцах пешаходных пераходаў камер, якія распазнаюць набліжэнне чалавека, дазволіць своечасова ўключаць для іх зялёнае святло, якое будзе гарэць столькі, колькі чалавеку патрабуецца для перасячэння праезнай часткі.

Браніраваць і аплачваць парковачнае месца можна будзе праз інтэрнэт. Таксама новыя тэхналогіі дазваляюць весці кантроль работы дарожных службаў і камунальнай тэхнікі.

Некаторыя гараджане ўжо паспелі ацаніць усе перавагі разумных прыпынкаў, аснашчаных кандыцыянерамі, відэакамерамі, электроннымі табло, доступам да Wi-Fi.

Не абысціся без тэхналагічнай рэвалюцыі і ў адукацыі, ахове здароўя, забеспячэнні бяспекі і нават турызме і індустрыі забаў.

«ЗЯЛЁНЫ КІРУНАК»

З кожным годам павялічваецца колькасць новых сэрвісаў, скіраваных на тое, каб палепшыць жыццё гараджан, у тым ліку ў экалагічным кірунку. У перспектыве гарады павінны абзавесціся платформамі эканаміторынгу і прагназавання ды можна будзе сачыць не толькі за загружанасцю дарог, але і за якасцю вады, паветра. Далей трэба працаваць над аўтаматызацыяй і рабатызацыяй працэсу асобнага збору смецця і яго перапрацоўкі. Сёння важна думаць не толькі пра выкарыстанне альтэрнатыўных крыніц энергіі, але і пра стварэнне ўмоў для эканоміі рэсурсаў.

«Стварэнне новай інфраструктуры дазволіць гарадам развівацца ў рэчышчы «зялёнай эканомікі», скарачаць выкіды парніковых газаў», — заўважыла **архітэктар, дацэнт кафедры горадабудаўніцтва БНТУ, нацыянальны кансультант па зялёным горадабудаўніцтве праекта ГЭФ—ПРААН-Мінпрыроды «Зялёныя гарады» Вера СЫСОЕВА.** І прыклады гэтага ўжо ёсць. Пілотныя праекты рэалізуюцца ў Полацку, Наваполацку і Навагрудку. Ужо можна пахваліцца першымі рэальнымі лічбамі скарачэння выкідаў. Стымулюецца работа гарадскога транспарту. Развіваецца веласіпедная інфраструктура. На вачах мяняецца стаўленне насельніцтва і гарадской адміністрацыі, якая сваім прыкладам пацвярджае калегам з іншых гарадоў, што новых тэхналогій не трэба баяцца. Так, Навагрудак пражыў складаныя структурныя змены, якія датычыліся вулічнага асвятлення, але ўжо сёння можна бачыць, як ЖКГ гэтым карыстаецца, як дырыжор, кіруе вулічным асвятленнем. Што цікава, пасля такіх перамен напачатку паступалі скаргі: людзі ніколі не мелі справы з настолькі якасным святлом, ім здавалася, што яго замнога, і гэта перашкаджае спаць. Але настройкі дазваляюць усё адрэгуляваць, задаць пэўны сцэнарый для асвятлення, параметры яго ўключэння.

«Зялёны кірунак» дазваляе не толькі зніжаць выкіды, але і эканоміць — а гэта важны стымул для малых і сярэдніх гарадоў, каб развіваць у іх падобныя праекты. Да вышэйзгаданых пілотных гарадоў ужо далучыліся чатыры новыя — Крычаў, Карма, Зэльва, Гарадок. На сёння ў гэтых гарадах праходзіць зацвярджэнне планаў «зялёнага» горадабудаўніцтва.

Лічбавыя тэхналогіі дазваляюць устанавіць кантакт з насельніцтвам і даць новыя магчымасці для ініцыятыў, рэалізацыі лакальных праектаў. Гарады выкарыстоўваюць розныя сацыяльныя платформы, каб абмяркоўваць з насельніцтвам праекты, выяўляць праблемы і найбольш важныя кірункі работы. У кожным горадзе ёсць кампанент, накіраваны на развіццё лічбавай структуры ў галіне гарадскіх паслуг, мабільнасці, адукацыі, аховы здароўя. Самыя ж прыярытэтныя галіны на цяперашні момант — асвятленне, вода- і энергазабеспячэнне, транспарт, маніторынг якасці паветра і шумавое забруджванне.

«Эфектыўнасць і тэхналагічнасць гарадской інфраструктуры — гэта сродак, каб палепшыць экалогію асяроддзя, — упэўнена Вера Сысоева. — Кожны «зялёны» горад — «разумны»: для дасягнення зялёных прыярытэтаў патрэбны тэхналогіі. Але не кожны «разумны» горад — «зялёны».

ЗБІРАЕМ ПАЗЛЫ

Намеснік генеральнага дырэктара па навуковай рабоце Аб'яднанага інстытута праблем інфарматыкі НАН Беларусі Сяргей КРУГЛІКАЎ расказаў пра асаблівасці адаптацыі тыпавой канцэпцыі развіцця «разумных гарадоў» для Оршы і Аршанскага раёна. На сёння гэты адміністрацыйна-прамысловы цэнтр з насельніцтвам больш за 150 тысяч чалавек з'яўляецца пілотнай зонай. Найбольш паспяховыя рашэнні надалей будуць маштабавацца па ўсёй краіне.

«Паняцце «разумны» ўжываюць да розных сфер: лад жыцця, эканоміка, мабільнасць, кіраванне і асяроддзе, дзе пражываюць людзі. У выніку мы бачым разумны пазл як аснову фарміравання канцэпцыі смарт-сіці, — заўважыў Сяргей Уладзіміравіч. —Тры найважнейшыя індыкатары ацэнкі развіцця «разумнага горада» — гэта дзяржаўнае кіраванне, інавацыйная эканоміка і, канешне, гарадская інфраструктура».

Перш чым прасоўваць новыя тэхналогіі, неабходна паклапаціцца пра павышэнне лічбавай адукаванасці насельніцтва. Калі людзі адчуюць, што «разумныя гарады» ў першую чаргу менавіта ім нясуць выгоды, і будуць ведаць пра рэальны эфект ад такіх змен, усе навінкі будзе прасцей і хутчэй прасоўваць. Тармазіць працэс можа і страх перамен з боку кіраўніцтва гарадоў, таму тут не абысціся і без павышэння ведаў і кампетэнцый работнікаў выканкамаў. Нельга ўпускаць адукацыю — дзеці і моладзь павінны свабодна валодаць сэрвісамі і ведаць новыя тэхналогіі, у гэтым залог далейшага развіцця.

Сёння ў межах дзяржпраграмы навуковых даследаванняў Інстытут праблем інфарматыкі стварае для Оршы аблегчаную лічбавую платформу, якая дазволіць напоўніць гэты так званы «цэнтр кампетэнцыі» рэальнымі данымі. Распрацоўваецца комплекс мерапрыемстваў па рэалізацыі канцэпцыі развіцця «разумнага горада» ў Аршанскім раёне. Пры гэтым улічваюцца вынікі анкетавання, праведзенага сярод мясцовых жыхароў.

ІДЭЯ ДЛЯ РАЗВІЦЦЯ

Мінск мог бы ператварыцца не проста ў горад, які спажывае тэхналагічныя рашэнні, а ў пляцоўку, дзе яны ствараюцца, адпрацоўваюцца і дзе кампаніі з усяго свету могуць развіваць свае прадукты. Такую ідэю падчас дыскусіі выказаў кіраўнік міжнародных праграм Агенцтва інавацый Масквы Кірыл Ільніцкі. Трэба толькі стварыць умовы, прывабныя для кампаній, якія працуюць над «разумнымі» гарадамі, і даказаць, што Беларусь адкрыта для новых тэхналогій. Напрыклад, Масква сёння рухаецца ў падобным кірунку. Пасля апрабацыі найлепшыя тэхналагічныя рашэнні могуць і надалей выкарыстоўвацца ў беларускіх гарадах і зацікавіць іншыя краіны.

Патрабуецца актыўнасць у галіне інавацый. Гарады, дзе можна развівацца і расці, дзе тэсціруецца вялікая колькасць самых смелых рашэнняў, будуць як магніт прыцягваць маладых геніяў, якія хочуць апынуцца сярод топавых спецыялістаў у сваёй галіне.

Лічбавая трансфармацыя можа зрабіць больш прывабнымі і рэгіёны. У малых гарадоў ужо ёсць свае перавагі — экалагічнасць, больш павольны тэмп жыцця, ніжэйшыя цэны на жыллё, меншая шчыльнасць насельніцтва (на якую мы сталі звяртаць увагу падчас пандэміі).

Алена ДЗЯДЗЮЛЯ.

ШОПІНГ З ДАПОЎНЕНАЙ РЭАЛЬНАСЦЮ

Тэхналогіі 3D-мадэлявання адкрыюць новы фармат гандлю

Паводле ацэнак міжнародных плацежных сістэм, наша краіна займае трэцяе месца ў сваім рэгіёне па колькасці бескантактавых транзакцый. Эксперты прагназуюць далейшы рост такой аплаты ў сувязі з распаўсюджваннем праграм для аплаты смартфонам і развіццём інфраструктуры прыёму такіх картак. Таксама рост адзначаецца і ў апошнія месяцы ў сувязі з эпідэміялагічнай сітуацыяй.

Максімальна бескантактавы

У Еўропе і Расіі ўжо на ўсю моц працуюць такія міжнародныя плацежныя сістэмы, як Apple Pay, Samsung Pay і Google Pay. Менавіта яны з'яўляюцца самымі распаўсюджанымі, і праз іх праходзіць большасць аплат пры дапамозе гаджэтаў. У Беларусь нядаўна прыйшлі сістэмы Apple Pay і Samsung Pay, але... У Samsung Pay карыстальнікі скардзяцца на заблакаваныя аперацыі або на тое, што крамы адмаўляюцца прымаць аплату са смартфонаў. Але, нягледзячы на ўсе цяжкасці, беларускія банкі імкнуцца прапаноўваць сваім кліентам сусветныя навінкі. Бескантактавыя плацяжы таксама перажывалі перыяд «непрымання», а сёння міжнародныя сістэмы кажуць пра тое, што ў месяц у краіне бескантактава праходзіць больш за 26 мільёнаў аперацый.

— Такія змены ў спажывецкіх паводзінах могуць мець пастаянны характар. На цяперашні перыяд развіцця тэхналогій мы адзначаем два істотныя трэнды плацежнай індустрыі ў свеце: выкарыстанне бескантактавай сістэмы аплаты і новы фармат шопінгу з тэхналогіяй дапоўненай рэальнасці. Гаворка ўжо не ідзе пра тое, каб пакупнік перадаваў картку прадаўцу ў рукі і набіраў пін-код на тэрмінале. Максімальна бескантактавы шопінг — вось тое, што людзі хочуць цяпер атрымаць, — адзначыў **эксперт рынку і дырэктар кампаніі — распрацоўшчыка мабільных праграм і вэб-сэрвісаў для рынку рытэйлераў і банкаўскага сектара Алег ЗАХАРАЎ.**

Бягучая абстаноўка прымушае грамадства выконваць нормы сацыяльнага дыстанцыявання. Людзі імкнуцца знаходзіцца дома і, калі выходзяць, — то, як правіла, па прадукты ці ў аптэку. Калі зыходзіць са статыстыкі, беларусы з кожным годам усё часцей карыстаюцца безнаяўнымі спосабамі аплаты. За мінулы год безнаяўныя плацяжы выраслі на 24—25 %, а 50 % ад усіх здзейсненых транзакцый — гэта бескантактавыя карткі або іншыя бескантактавыя тэхналогіі, напрыклад Apple Pay.

— Пры гэтым 20 % плацяжоў у свеце робяцца з дапамогай мабільных прылад — кольцаў, бранзалетаў, тэлефонаў, — паведамляе цікавую інфармацыю Алег Захараў.

Прычыны папулярнасці бескантактавых плацяжоў абсалютна заканамерныя. Гэта ў першую чаргу рост аўдыторыі мабільнага інтэрнэту. Тэхналогіі не стаяць на месцы і забяспечваюць даступнасць і зручнасць сучасных плацежных рашэнняў. Патрабаванні карыстальнікаў прымушаюць распрацоўшчыкаў і плацежных агрэгатараў удасканальвацца і павялічваць хуткасць выканання аперацый. Згодна з прагнозам аналітыкаў, да 2023 года бескантактавыя карткі зоймуць больш за 55 % сусветнага рынку плацежных картаў. Напрыклад, за апошнія гады ва ўсім свеце выкарыстоўвалася больш за пяць мільярдаў бескантактавых картак, і гэта складала больш за 35 % агульнай картачнай эмісіі.

Паводле звестак Нацыянальнага банка, у Беларусі эмітуюць бескантактавыя карткі 22 беларускія банкі. Агульная колькасць па рынку складае больш за сем мільёнаў картак. У сегменце бескантактавых плацяжоў смартфоны паступова выцясняюць пластыкавыя карткі.

Са слоў эксперта, вопыт укаранення тэхналогіі дапоўненай рэальнасці паказвае цікавасць з боку пакупніка да падобных ноу-хау. Тлумачыцца гэта проста — тэхналогія даступная практычна для кожнага, бо працуе праз смартфон. Яна дазваляе за адзін раз ахапіць вялікую колькасць карыстальнікаў — праз спецыялізаваныя мабільныя праграмы, якія могуць цяпер замяніць шоу-румы, вітрыны, цэлыя крамы. Па сутнасці — увесь магазін можа змясціцца «ў кішэні».

Яшчэ 15 гадоў таму ніхто не мог уявіць, што мы будзем рабіць пакупкі двума націскамі на смартфоне. Алгарытмы, AR, разумныя крамы і ўсявядомленае спажыванне — у 2020-я гады пакупнікоў чакае чарговы віток трансфармацый.

www.probusiness.io

Глыбокае апусканне ў дапоўненую рэальнасць

З развіццём тэхналогій доля пакупак анлайн будзе ўзрастаць: напрыклад, тэхналогіі віртуальнай і дапоўненай рэальнасці ўжо дазваляюць прымяраць вопратку і абутак на ўласны 3D-аватар і з высокай дакладнасцю ацэньваць пасадку на сваёй фігуры з улікам індывідуальных асаблівасцяў, расстаўляць мэблю па ўласнай кватэры і выбіраць колер і тэкстуру, прадстаўляць тавары ў выглядзе лічбавых двайнікоў, а ў выпадку падключэння сэнсарных датчыкаў — адчуваць. Тэхналогіі камп'ютарнага бачання ўжо ўмеюць распазнаваць тавар з дакладнасцю больш за 95 % і нават сартаваць бракаваную агародніну і садавіну, каб яны не траплялі на паліцы магазінаў.

У буйных сучасных фірмах гэта не фантазія. Падобныя магчымасці пашыраць долю пакупак анлайн і, верагодна, паменшаць прадстаўленасць тавараў у крамах, каб скараціць дарагія плошчы. Магчыма, тэхналогіі 3D-мадэлявання адкрыюць новы фармат шопінгу: з'явіцца магчымасць прадстаўляць тавары ў выглядзе іх рэалістычных 3D-двайнікоў у любым месцы, афармліць заказ можна будзе літаральна проста на вуліцы.

Магчымасць загрузіць планіроўку сваёй кватэры ў інтэрнэт-краму мэблі і падабраць найбольш прыдатны варыянт анлайн таксама толькі з'яўляецца ў анлайн-рытэйла. Ёсць распрацоўкі, якія дазваляюць выкарыстоўваць унікальныя біяметрычныя параметры чалавека для аплаты на сайце, — напрыклад, ідэнтыфікацыя па твары замест уводу даных карткі для аплаты.

AR-фільтры і разумныя люстэркі дазволяць нам з большай дакладнасцю падбіраць вопратку па памеры, а значыць, не прыйдзецца лішні раз вяртаць тавар. Вытворцы ж змогуць загадзя прагназаваць попыт, выпускаючы лічбавыя калекцыі і карэктуючы прадуктовы асартымент. Шукаць рэчы таксама стане прасцей: разумны пошук па малюнку ўжо выкарыстоўваюць шматлікія буйныя рытэйлеры — ад AliExpress да Lamoda і ASOS.

Не пройдзе гэты трэнд і міма крамаў прадуктаў паўсядзённага попыту: паводле даследавання, 89 % спажыўцоў адмовяцца ад фізічнага шопінгу, калі ў іх у распараджэнні будзе дэвайс або тэхналогія, якая цалкам скапіруе вопыт наведвання крамы (уключаючы пахі, магчымасць памацаць тавар і гэтак далей).

У прыярытэце — зручнасць

У цяперашняе дзесяцігоддзе крамы ператвараюцца ў экасістэмы, якія ахопліваюць усе сферы жыцця. Галасавы памочнік нагадае аб куплі шампанскага да дня нараджэння, у стужцы сацсетак вам пакажуць рэкламны купон з персаналізаванай зніжкай, а інтэрнэт-крама выведзе на стартавую старонку прапановы спецыяльна для вас. З аднаго боку, рэклама стане больш дакучлівай і дакладнай, з другога — працэс шопінгу спросціцца.

На пярэдні план выйдзе амніканальная мадэль-падыход, які аб'ядноўвае ў адну сістэму ўсе інструменты камунікацыі з кліентам. Вы зможаце з лёгкасцю перамяшчацца паміж анлайн і афлайнам, пераходзіць з мабільнай версіі крамы ў дэсктопную, звязвацца з падтрымкай па тэлефоне або ў месенджар. У прыярытэце будзе зручнасць.

Па такой мадэлі ўжо працуе гігант Amazon, касметычныя карпарацыі і шэраг мэблевых крамаў, а таксама брэнды іншых кампаній. Межы паміж фізічным гандлёвым пунктам і анлайн-крамай будуць сцірацца. Напрыклад, вы зможаце афармліць куплю праз Instagram, забраць у пункце выдачы ў найбліжэйшым супермаркеце, а пры патрэбе афармліць вяртанне ў флагманскім магазіне рытэйлера.

Крама як атракцыён і музей

Хутка рытэйлеры пачнуць падладжвацца пад інтарэсы пакалення Z — тых, хто нарадзіўся ў канцы 1990-х і пачатку 2000-х гадоў. Для «зэтаў» важна не імя брэнда, а культура і досвед, створаныя вакол яго. Гэта значыць, важны не столькі сам прадукт, колькі яго навакольны кантэкст.

Напрыклад, амерыканскі брэнд Casper не толькі прадае матрацы, але і запісвае тэксты для медытацый, вядзе блог пра культуру сну і праводзіць навуковыя даследаванні. Кампаніі эксперыментуюць з сацыяльнымі сеткамі: публікуюць у Instagram фатаграфіі і мемы, сціраючы мяжу паміж брэндам і спажыўцамі. Іншы прыклад — Lamoda, якая арганізуе анлайн-турніры па DOTA2, Fortnite і League of Legends на папулярнай відэастрымінгавай платформе Twitch.

Сэрвісы дастаўкі ежы запускаюць свой мерч: футболкі, сумкі з фірменнымі лагатыпамі. Рэстараны, службы таксі і прадуктовыя крамы ствараюць калабарацыі з брэндамі адзення і блогерамі. Падобныя спецпраекты існавалі і раней, але ў апошнія гады яны сталі модныя і набылі вірусную папулярнасць. Эксперыменты закранаюць усе пяць пачуццяў, у тым ліку нюх і слых. Аналітыкі JTW Intelligence называюць новую практыку падбору гукавога суправаджэння акустычным брэндынгам.

Для пакалення Z важны вопыт спажывання. Выходзячы з гэтай тэндэнцыі, кампаніі арганізуюць выстаўкі і ператвараюць крамы ў эксперыментальныя музеі з атракцыёнамі.

Без лішняга погляду і... віруса

Аўтаматызаваныя крамы без прадаўцоў, рабатызаваныя склады і дастаўка дронамі — беспілотныя тэхналогіі паступова захопліваюць рытэйл. Праўда, аб поўнай аўтаматызацыі гаворкі пакуль не ідзе. Для некаторых катэгорый тавараў эмацыянальная ўцягнутасць і ўзаемадзеянне аднаго чалавека з іншым усё ж такі будуць адыгрываць вялікую ролю.

Таму, напрыклад, харчовыя крамы без прадаўцоў у Кітаі спачатку распрадзіліся ў велізарнай колькасці, але потым частка з іх зачынілася. Стала зразумела, што спажыўцам важна мець зносіны з іншымі людзьмі ў працэсе пакупкі. Асабліва калі гэта датычыцца прадуктаў харчавання. Нягледзячы на гэта, у большасці буйных рытэйлераў з'явіцца свая каманда распрацоўшчыкаў штучнага інтэлекту і спецыялістаў па рабоце з вялікімі данымі. Яны дапамогуць аналізаваць попыт, прагназаваць паводзіны кліентаў, планаваць лагістыку і наладжваць рэкламу.

Усё большай папулярнасцю будуць карыстацца галасавыя памочнікі. З іх дапамогай можна будзе афармляць пакупкі на хаду і прасіць асістэнта падабраць тавары пад вашы перавагі. Паводле даследавання Nielsen, 50 % спажыўцоў гатовыя карыстацца разумным памочнікам у найбліжэйшыя тры гады. У новым дзесяцігоддзі алгарытмы будуць выконваць функцыі не толькі асістэнтаў, але і куратараў.

Сяргей КУРКАЧ.