

Notatka z wykonanych prac w ramach realizacji projektu „Utworzenie sektorowej Rady ds. Kompetencji sektora handlu”, Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014 – 2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego (POWR.02.12.00-IP.09-00-006/18) o nr POWR.02.12.00-00-SR15/18.

Wykonawca dr Marta Ziólkowska, Szkołą Główna Handlowa w Warszawie
Zadanie 5.1. Opracowanie i aktualizacja rekomendacji dotyczących zapotrzebowania na kompetencje w sektorze.

Obszar tematyczny badania:

Opracowanie i aktualizacja rekomendacji dotyczących zapotrzebowania na kompetencje w sektorze handlu

Trendy i technologie kształtujące handel w 2021 roku

Ubiegły rok przyniósł wiele zmian w handlu co głównie spowodowane było pandemią. Do jednej z największych zmian zaliczyć można wzrost zainteresowania zakupami online - handel elektroniczny (ecommerce), a także wykorzystaniem nowych technologii, aplikacji mobilnych i nowych metod zaspokajania potrzeb klientów. Słowem kluczem stało się wszystko co jest „bezdotykowe” i „bezkontaktowe”, co jest rezultatem troski o bezpieczeństwo zdrowotne. Walka z pandemią, a także rosnąca liczba zaszczepionych będzie wpływała na trendy i wyzwania stojące przed handlem w 2021 r. Ostatni rok przyspieszył transformację cyfrową we wszystkich sferach życia, dokonując przez 9 miesięcy przyspieszenia, jakie dotychczas odnotowano w okresie 10 lat.

Kilka kwestii w zakresie handlu będzie miało wpływ na jego funkcjonowanie w perspektywie kilku do kilkunastu miesięcy. Po pierwsze będzie następował dalszy rozwój

dzienia. Rozbudowy ekosystemu wielokanałowości (omnichannel). Wiele przedsiębiorstw musi się zmierzyć z analizą procesów i ewentualną rekonfiguracją wykorzystywanych łańcuchów dostaw, tak aby zapewnić organizacji elastyczność i zwinność, a także skrócić czas realizacji dostaw. Będą następowały inwestycje w logistykę przy zachowaniu dbałości o środowisko zapewniając procesy dążące do minimalizacji śladu węglowego.

Po drugie, nastąpi wzmożona adaptacja technologii opartych na robotyce, której koszty zastosowania będą małe, a konieczność eksperymentowania w celu poszukiwania odpowiednich rozwiązań będzie rosła. Nie chodzi tutaj tylko o zastosowanie robotów w sklepie, ale także o zastosowanie bezobsługowych pojazdów dostarczających zamówione produkty do domu.

Kolejnym trendem będzie ewolucja centrów handlowych, które należy przearanżować w bardziej atrakcyjne środowiska zakupowe zsynchronizowane z potrzebami klientów lub w centra typu multi-fulfillment, co pozwoli na umożliwienie szybkiej dostawy towaru do domu (np. w ciągu 2 godzin od złożenia zamówienia).

Wspomniane wcześniej technologie „bezdotykowe” staną się głównym nurtem rozwoju nowoczesnych narzędzi wspierających handel. Wraz z wykorzystaniem technologii rozszerzonej rzeczywistości, np., wirtualne przymierzalnie, cyfrowa analiza skóry, a także maszyny vendingowe obsługiwane stopami czy płatność dłonią, staną się narzędziami pozwalającymi ograniczyć rozprzestrzenianie się epidemii w kolejnych latach.

Coraz częściej pojawia się produkcja dóbr „na żądanie”, która pozwala na większy stopień personalizacji i dopasowania do potrzeb klienta i na większą zwinność organizacji, ograniczając zapasy magazynowe. Taki rodzaj produkcji jest zgodny z ideą zrównoważonego rozwoju i trendem „zero waste”, który mocno wpłynie na dalszy rozwój handlu.

Warto wspomnieć, że sklepy stacjonarne, w obliczu troski klientów o zachowanie bezpieczeństwa zdrowotnego ulegają transformacji w kierunku zwiększania odległości pomiędzy regałami, kasami bezobsługowymi, zastosowaniem robotów do uzupełniania braków na półkach sklepowych.

W obliczu zmiany zachowań konsumenckich ewoluują także uwarunkowania określające sklep stacjonarny jako finalną destynację klienta w zakresie zrobienia zakupów.

Mieszają się sfera online i offline, a sklepy stacjonarne stają się centrami dostarczającymi doświadczenie czy stanowiącymi miejsce umożliwiające przetestowanie produktu, który potem można zamówić zdalnie.

Właśnie w tym zdalnym świecie coraz większego znaczenia nabierają pewne kompetencje umożliwiające sprawne funkcjonowanie organizacji funkcjonujących hybrydowo w świecie rzeczywistym i wirtualnym. Są to przede wszystkim: sprawna **komunikacja** i podejmowanie inicjatywy w zakresie nawiązania kontaktu. Ponadto znaczenia nabiera także **zaufanie** do marki, przekazu, sprzedawcy czy drugiego człowieka, co w obliczu zagrożenia, jak wielu postrzega koronawirusa, jest niezwykle cenne. Ważną rolę odgrywa także, w szybko zmieniających się okolicznościach, **zdolność do adaptacji**, zachowanie dyscypliny i **samo motywacja** do działania. W dobie pandemii są to swojego rodzaju kompetencje przyszłości.