

ОБЗОР

СРАВНЕНИЕ КАССОВЫХ РЕШЕНИЙ В РОССИИ

2 квартал 2021
Москва

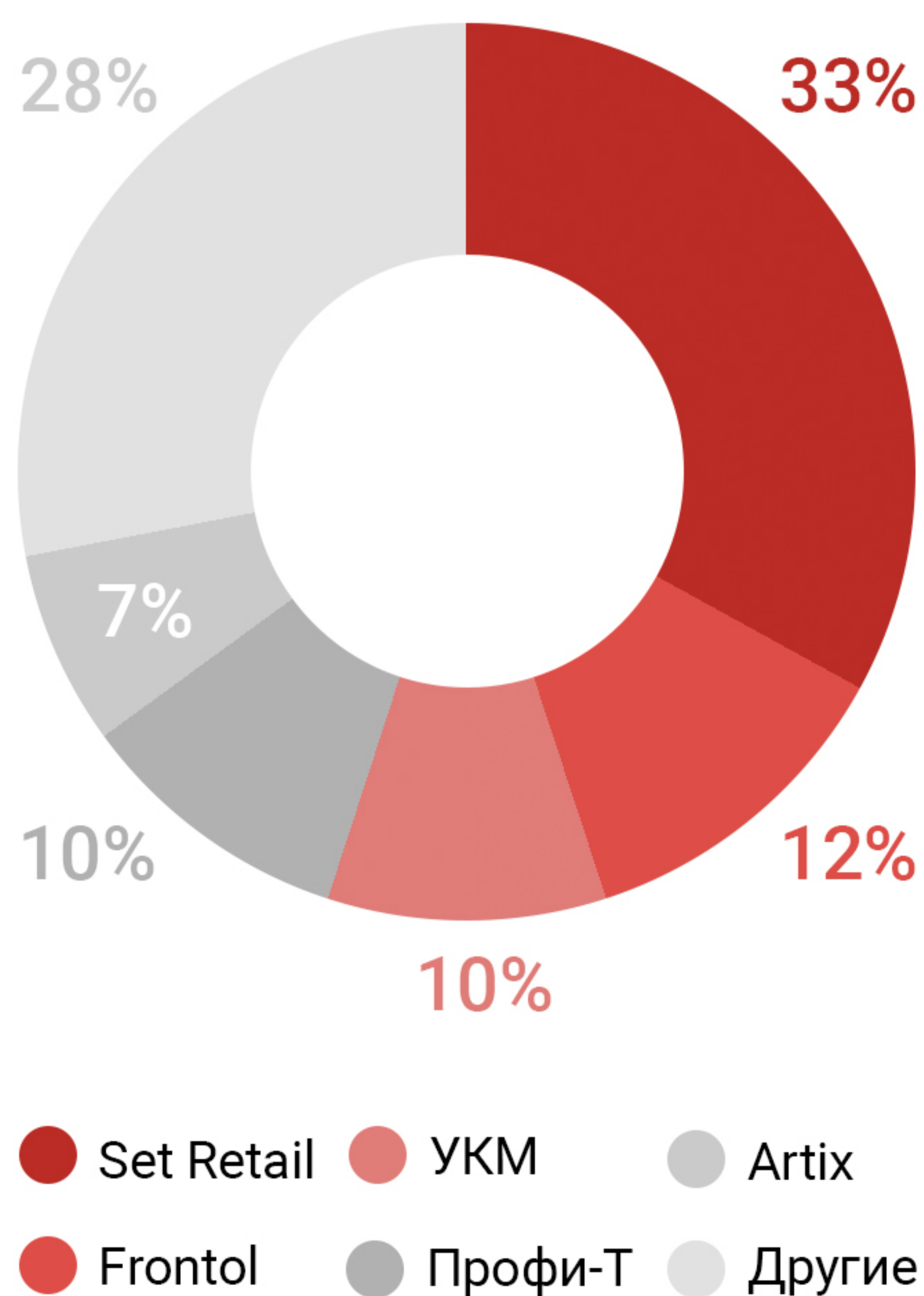


СОДЕРЖАНИЕ

Цели и задачи исследования	3
Методика	3
Выборка	3
Специфика требований к кассовым системам в российском ритейле	4
Технологии самообслуживания	6
О важности программ лояльности	8
Поддержка дополнительных каналов продаж	10
Интеграционные возможности внутри продукта	10
Основные выводы	13
Функциональное сравнение ключевых кассовых систем в России	15
Востребованность новых технологий для магазинов	24



Используемые респондентами кассовые системы



* - диаграмма составлена по количеству торговых сетей.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ходе настоящего исследования планировалось провести опрос экспертов о существующих подходах и практике применения кассовых систем в российском ритейле, выявить потребности заказчиков в отношении подобных решений и оценить структуру продуктового предложения в этом сегменте.

МЕТОДИКА

Формат работ – полевой (телефонный) опрос.

Для выполнения задач исследования было проведено анкетирование экспертов, представляющих компании-разработчиков систем, а также заказчиков из ритейла.

- Респондентам из ритейла предлагалось оценить важность различных параметров кассовой системы применительно к своей деятельности, а также дать оценку дополнительной готовой функциональности таких решений. Статистика по каждому критерию представлена в обзоре графически, с комментариями.
- Компаниям-разработчикам было предложено заполнить анкету – по функциональности систем, количеству клиентов, дополнительным разработкам и т.д. На основе полученных ответов, а также данных из открытых источников и собственной аналитики TAdviser была сформирована таблица-сравнение 5 российских кассовых систем.

ВЫБОРКА

Респонденты в рамках опроса представляли 50 крупнейших ритейлеров (федеральные и региональные сети, входящие в рейтинги РБК500, Инфолайн ТОП-100, работающие в форматах food-ритейл, DIY, fashion-ритейл, со средним количеством магазинов от >100 до >1000), а также 5 ключевых разработчиков рассматриваемого ПО.

В опросе участвовали руководители ДИТ, их заместители, системные архитекторы, а также директора подразделений, вовлеченных в проекты автоматизации торговых сетей и др.

СПЕЦИФИКА ТРЕБОВАНИЙ К КАССОВЫМ СИСТЕМАМ В РОССИЙСКОМ РИТЕЙЛЕ

Рынок кассовых систем в России к настоящему моменту достиг определенного уровня зрелости - здесь представлены решения, ориентированные на малые, средние предприятия, а также крупные сети. Спрос на это программное обеспечение (ПО) определяется, в том числе, спецификой торгового формата (food-ритейл, fashion-ритейл, магазины DIY и т.д.).

К примеру, food-ритейл отличают жесткие требования к скорости обслуживания, особенно в часы пиковых нагрузок. Кассовое ПО здесь

должно быть простым и понятным, чтобы обеспечивать высокую пропускную способность - позволяя оперативно сканировать товары, быстро рассчитывать акции и применять скидки по программам лояльности. В свою очередь, для fashion-ритейла характерна высокая сезонность, а фактор персонализации предложения приоритетнее скорости обслуживания. Здесь кассовое ПО помогает индивидуально рассчитывать скидки, с учетом различных бонусов и акций. В сегменте DIY важна оперативность обслуживания покупателей (т.е. быстрое сканирование) и возможность быстрого поиска товаров по различным параметрам - например, цвету, материалам, размерам, производителям и пр.



«Покупатели сегодня как никогда ценят скорость обслуживания, что обусловлено общей логикой развития цифрового доступа к самым разнообразным товарам и услугам, переходом в онлайн и внедрением технологий – всем тем, что бурно развивалось в последний год, что «ускоряет» сами операции, - **отмечает Иван Мельник, директор по инновациям X5 Group.** - Очереди даже из трех человек на кассе становятся настоящим анахронизмом. На западе их не приемлют уже 97% покупателей продуктовых магазинов, которые скорее развернутся и уйдут, чем потратят свое время таким бессмысленным образом».

Фокус на изменениях в потребительском поведении определяет новые требования ритейлеров к кассовым системам. В то же время востребованность их функциональности зависит и от динамики общего уровня цифровизации игроков. В отрасли наблюдается рост интереса к технологическим решениям, которые могли бы обеспечить повышение конкурентоспособности и создание уникального предложения в меняющихся условиях рынка.

«Спрос на кассовое ПО в ритейле определяется, во-первых, экспансией федеральных сетей в регионы. Региональным игрокам приходится выходить из привычного ритма ведения бизнеса и перестраиваться под новые правила рынка, - **комментирует Дмитрий Борисов, директор по продукту Frontol компании «Атол».**

- Во-вторых, из-за покупателей, которые на время удаленной работы разъехались по всей стране, региональным игрокам снова надо перестраиваться: даже в случаях, когда федеральные компании не конкурируют с ними напрямую, они становятся их конкурентами в головах покупателей. Не менее важную роль играют законодательные инициативы: введение обязательной маркировки, новый формат фискальных документов и т. д. Для многих предпринимателей это становится толчком к переходу от бумаги к профильному ПО».

«На спрос кассовых решений сегодня влияют несколько ключевых аспектов, - **отмечает Алексей Анкудинов, директор по продажам продуктов Set компании CSI.** - Во-первых, ПО должно выдерживать большие нагрузки и обеспечивать возможность роста, что стало еще более важным в контексте укрупнения и консолидации розничных сетей и развития онлайн продаж. Ритейлеры хотят, чтобы ПО работало «из коробки» с поддержкой всех законодательных требований и проактивно позволяло внедрять дополнительную функциональность – для повышения показателей бизнеса, оптимизации штата сотрудников в магазине и т.д. С одной стороны, торговые сети хотят открывать магазины в концепции Phygital Store, предоставлять покупателям возможности бесконтактного обслуживания и новый покупательский опыт, с другой – мы видим (и помогаем) в стремительном развитии низкобюджетных форматов».

ТЕХНОЛОГИИ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

Сегодня все большее распространение в ритейле глобально получает формат самообслуживания, с оплатой покупок без взаимодействия с персоналом магазинов - этому способствуют изменения в покупательском поведении на фоне пандемии Covid-19. По данным исследования Global EPOS и Self-Checkout 2020, проникновение касс самообслуживания (КСО) шло повышенными темпами – всего по миру было отгружено около 176 тысяч КСО, что на 97% больше, чем в 2019 году.

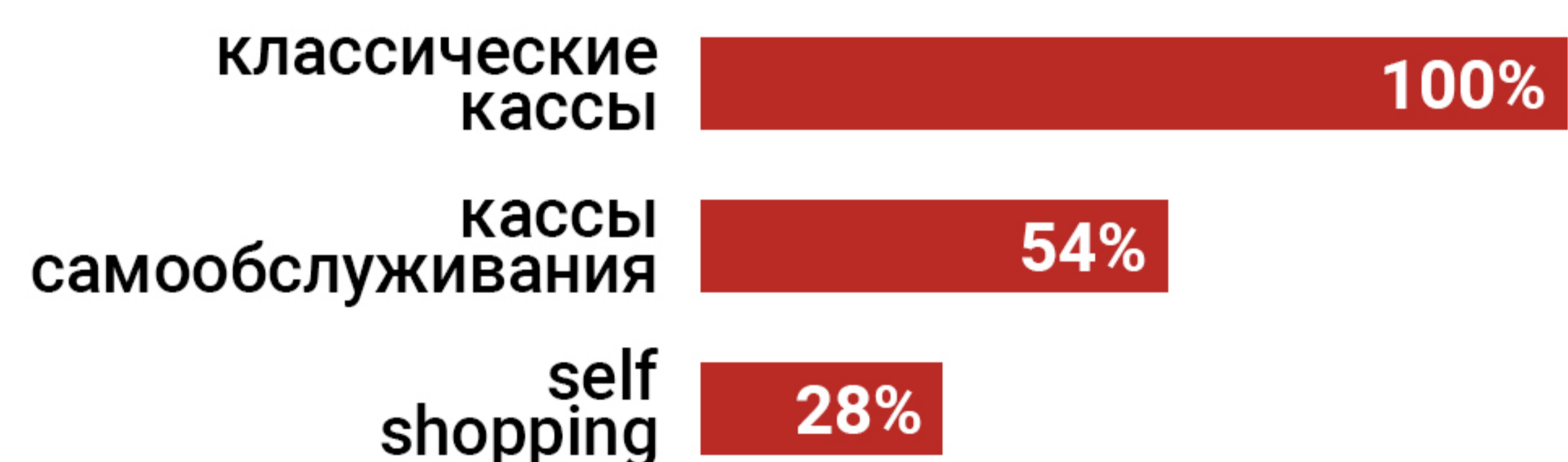
«Предпочтения покупателей за последний год сильно изменились под влиянием пандемии коронавируса; они старались минимизировать свое присутствие в магазине, особенно в кассовой зоне, и активнее расплачиваться картами, - **поясняет Эдуард Ирышков, директор департамента розничных технологий сети «Магнит».** - Со стороны ритейлеров усилилась забота о безопасности покупателей – на кассах появились защитные экраны и начали развиваться технологии, позволяющие снизить число контактов в этой зоне и сократить время на приобретение товаров».

Кассы самообслуживания улучшают покупательский опыт, позволяя отслеживать сумму покупок и ускоряя процесс оплаты. Для ритейлеров это возможность увеличения пропускной

способности магазинов при оптимизации или перераспределении сотрудников-кассиров на выполнение других задач. В первую очередь кассы самообслуживания внедряют федеральные сети. Они же запускают и решения self-shopping, которые еще больше ускоряют процесс покупки и повышают ее удобство.

По данным опроса, проведенного аналитическим агентством TAdviser во 2 квартале 2021 года, более половины крупных российских ритейлеров уже использует кассы самообслуживания. Около трети применяют также технологию self-shopping.

Наиболее часто используемые виды касс



Источник: TAdviser, 2021

Более 60% опрошенных ритейлеров отметили как важную функциональную возможность поддержки работы кассового ПО на классических кассах самообслуживания (self-checkout, SCO). Также более 60% респондентов считают важной функциональностью selfscan. Одной из первых на российском рынке начала использовать эту технологию для повышения пропускной способности сеть гипермаркетов «Глобус» (запуск в 2016 году в магазине Одинцовского района Московской области). Система бесконтактной оплаты покупок в формате Scan&Go

запущена, в том числе, в «Леруа Мерлен», «Азбука Вкуса», X5 Retail, «ВкусВилл» и др.

«Все большее количество покупателей стали предпочитать технологичность и перешли к активному использованию касс самообслуживания, - **подтверждает Эдуард Ирышков.** - Покупатели, которые пользуются системами самообслуживания, приходят в магазин в среднем на 37% чаще. При этом чаще всего кассами самообслуживания пользуются женщины в возрасте от 20 до 40 лет и мужчины от 25 до 40 лет. На КСО покупатели в основном приобретают товары ежедневного спроса – молочную продукцию, хлебобулочные и кондитерские изделия, бакалею и овощи; т.е. решение стало неизменным атрибутом ежедневных покупок». В этой связи сам «Магнит» планирует расширять пилотирование касс-трансформеров, которые могут работать в режиме кассира и в режиме самообслуживания, чтобы справляться с сезонными и часовыми пиками продаж без увеличения штата магазина.

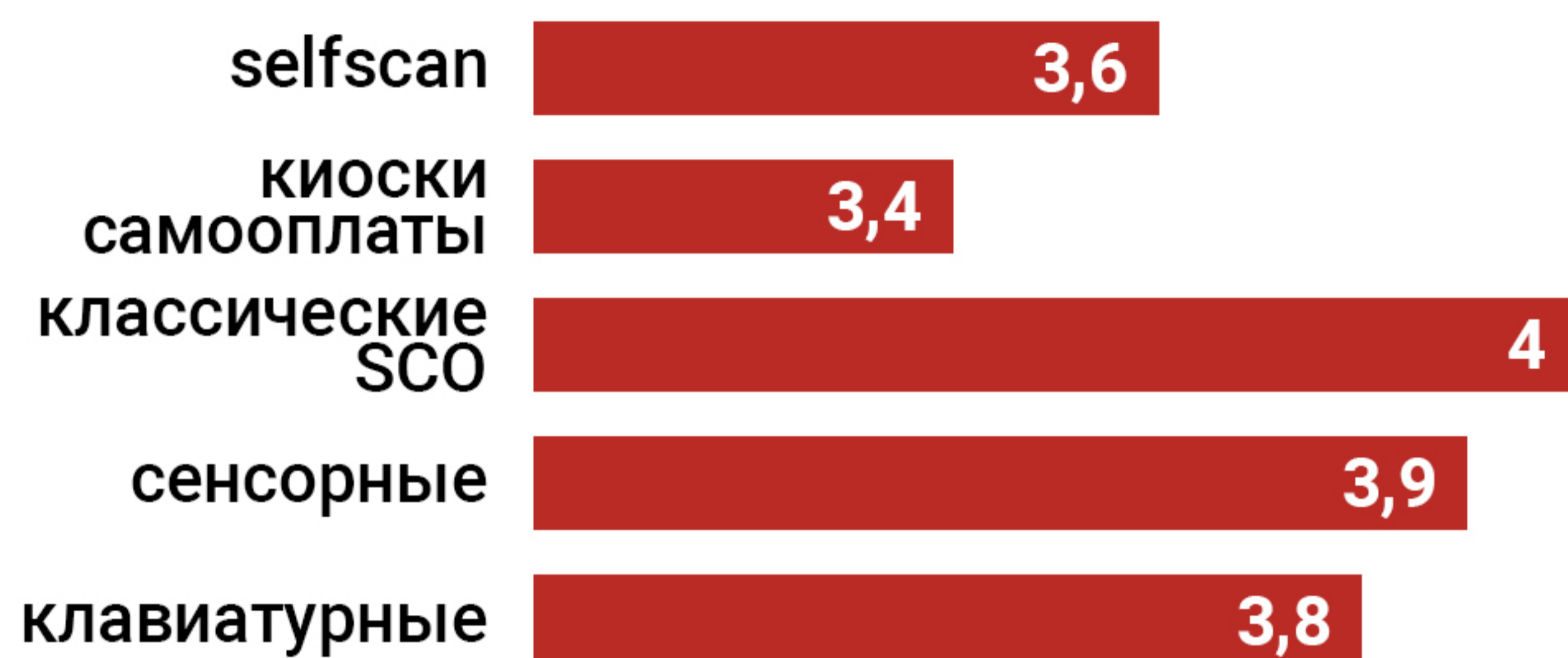
«Сегодня кассы самообслуживания появляются в каждом новом магазине, который открывает «Лента» вне зависимости от формата – от «Мини Ленты» до гипермаркета. Технологией оснащены магазины в 51 городе присутствия компании (из 89), а в 16 из них покупатели могут воспользоваться технологией «Лента-Скан», - **комментирует Тимофей Гончарук, менеджер по связям с общественностью компании «Лента».** - На покупателей,

которые делают выбор в пользу новых технологий, приходится около 15% всех чеков – именно такой показатель в компании ставили в качестве целевого в начале пути».

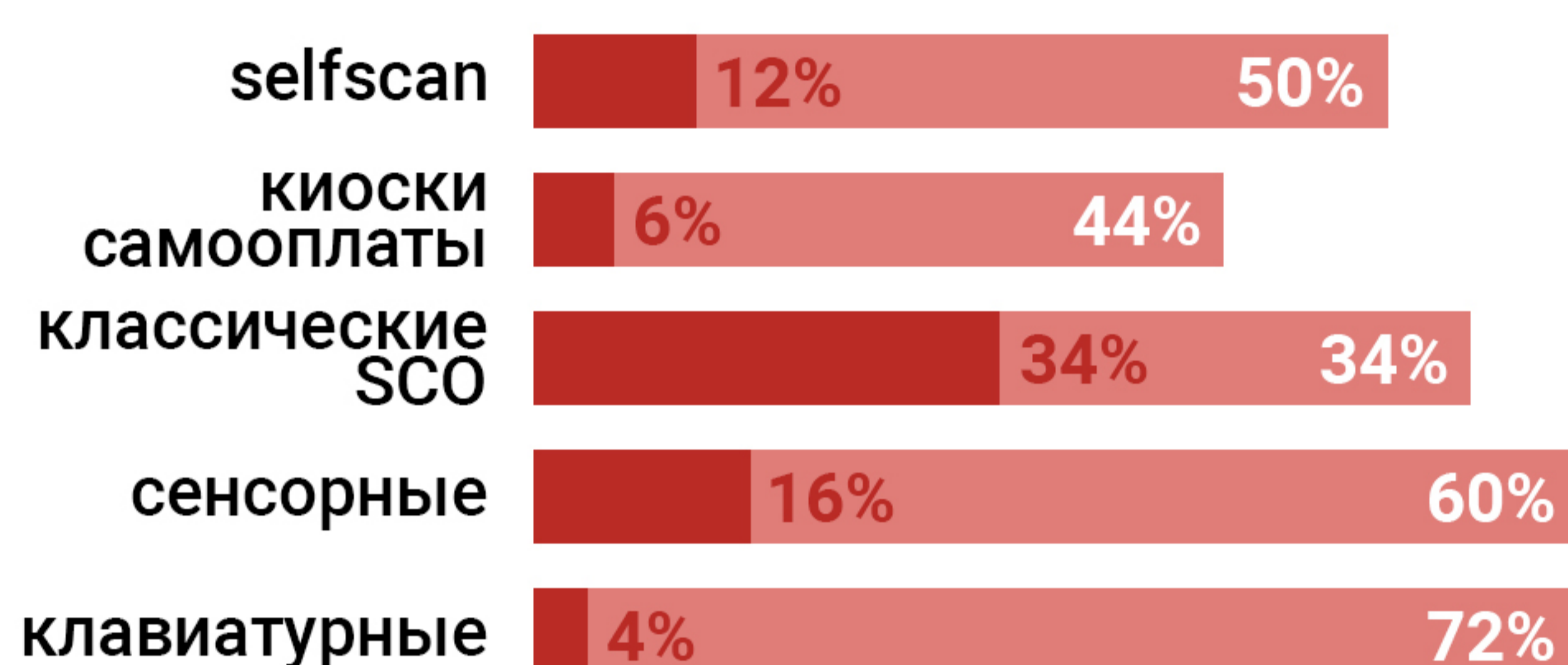
При правильном планировании касса самообслуживания становится важным плюсом как для покупателей, так и для магазина – так, согласно внутренним исследованиям «Ленты», покупатель, который использует «Лента-скан», тратит на расчет около 40 секунд против пяти минут на традиционной кассе. Внутренний опрос ритейлера среди более 10 тысяч покупателей, показал, что около трети предпочитают именно самостоятельный способ сканирования и оплаты товаров. За все время их существования в «Ленте» трафик в магазинах с сервисами самообслуживания увеличился на 10-15%. «Остров самообслуживания занимает такую же площадь, как обычная касса, но вмещает шесть КСО и требует присутствия всего одного сотрудника, что снижает нагрузку на персонал и позволяет обслуживать покупателей меньшими силами, **отмечают в пресс-службе «Ленты».**

«Опыт пилотных внедрений в торговых залах «Пятерочка» и «Перекресток» показывает, что средняя покупка на кассе самообслуживания занимает всего 44 секунды. Посетители магазинов начинают считать нормой новые стандарты скорости и не соглашались на меньшее, как в свое время все привыкли к высокоскоростному интернету вместо аналогового соединения», - **говорит Иван Мельник.**

Оценка важности работы кассового ПО на разных типах касс



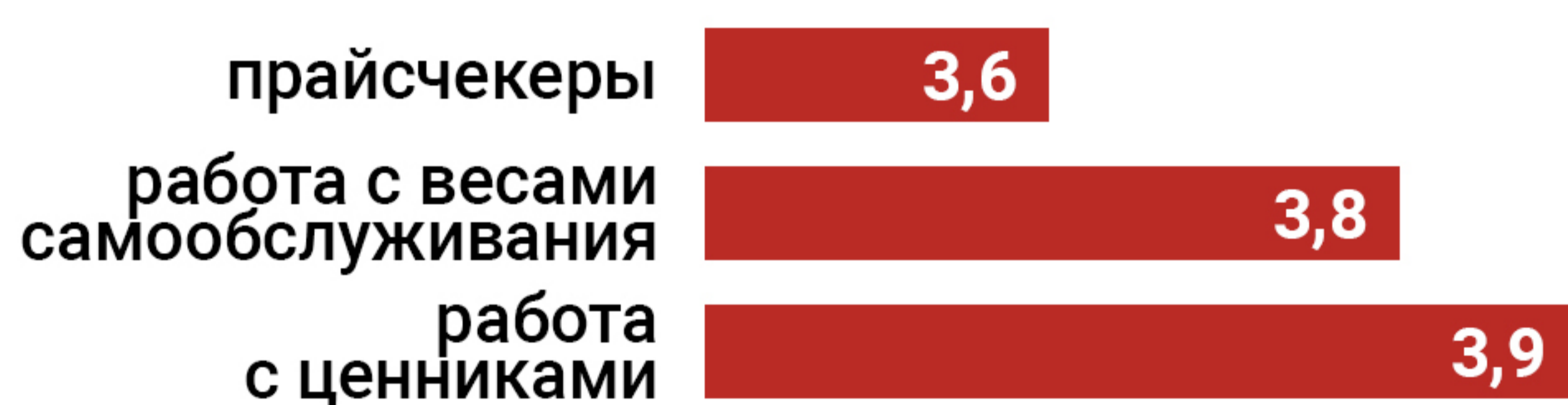
*- средний балл по 5-балльной шкале оценки



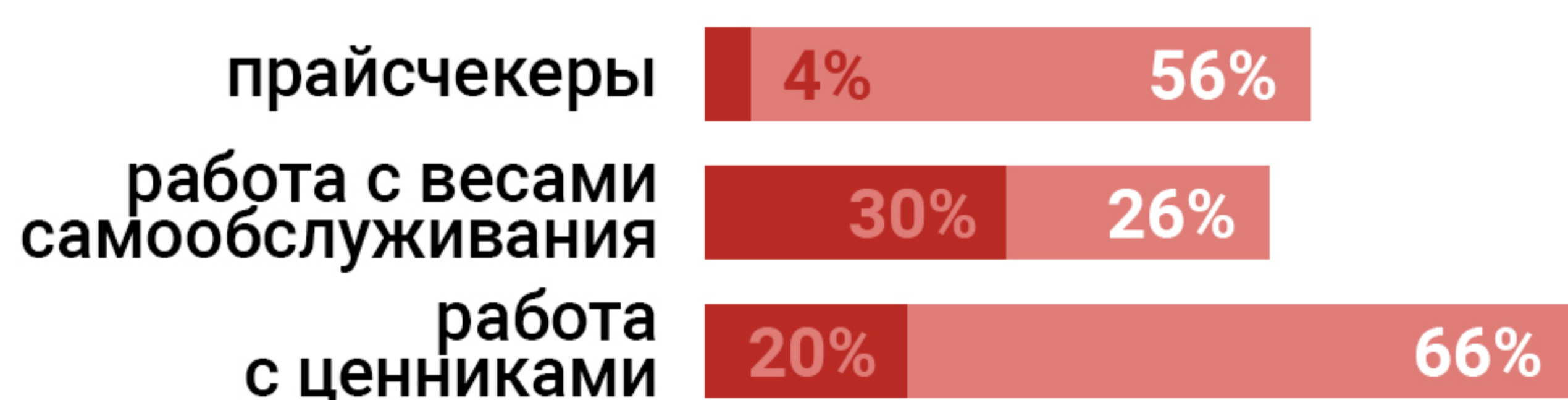
Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

Более 80% опрошенных считают важной поддержку в софте работы с ценниками, и более 60% - работы прайсчекеров. Из всех ритейлеров, для кого важна функциональность управления весами самообслуживания из кассового решения, половина считает её очень важной.

Оценка важности работы ПО в торговом зале



*- средний балл по 5-балльной шкале оценки



Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

О ВАЖНОСТИ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ

Для более 80% опрошенных ритейлеров важно наличие встроенных инструментов для реализации программ лояльности – так, чтобы кассовый софт позволял назначать скидки, проводить акции и пр. К настоящему моменту различные системы лояльности получили широкое распространение в отрасли, где их используют для создания и укрепления конкурентного преимущества. Среди наиболее часто встречающихся на рынке специализированных систем – Manzana, Mindbox, RS.Loyalty, Loymax и др.

Сегодня, с поправкой на изменения реалий рынка, крупные игроки перезапускают программы лояльности с фокусом на большую индивидуализацию. Сеть «Пятерочка» в первом полугодии 2021 года перешла на новую пятиуровневую программу лояльности с выбором категорий для повышения начислений кешбэка. В конце июня 2021 года запустил программу лояльности во всех регионах присутствия в России «Ашан». За месяц проведения пилота в 16 городах и в первый день работы новой программы в федеральном масштабе к ней присоединилось около 1 млн клиентов сети. К концу года ожидается рост числа участников до 5 млн.

Сеть «Лента», где уже более 95% покупок совершались с использованием карты программы лояльности,

обновив ее в конце 2020 года, смогла привлечь 8 млн участников за 3 мес., а уровень проникновения клиентов с картами вырос до 98,4% (для сравнения, в сети «ВкусВилл» с картой лояльности совершается около 80% покупок).

Оценка важности встроенных инструментов для сокращения издержек магазина



Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

Возможность **дополнительного контроля при продажах маркированных товаров** отметили как важную около 60% респондентов. Это позволяет сетевому ритейлу минимизировать ошибки, предотвратить нарушения и штрафы при работе с такой продукцией (включая алкоголь, табак, обувь, молочную продукцию, парфюм, фототехнику и пр.).

Отказ от бумажных чеков поможет сократить издержки, по мнению более половины опрошенных ритейлеров. Это уже находит подтверждение на практике. Так, по данным «Азбуки вкуса», за 13,5 месяца с момента запуска такой опции компания сэкономила около 100 км кассовой ленты – или около 400 тыс. руб. в год. «ВкусВилл» на этой инициативе удастся сэкономить около 680 км чековой ленты.

40% респондентов отмечают также преимущества использования в целях экономии **компактных чеков**. Возможность же отказа от округления суммы покупки при безналичной оплате (меры, в основном ориентированный на повышение лояльности покупателя и ускорение обслуживания при оплате наличными) считают важным для минимизации расходов около четверти респондентов.

Оценка важности встроенных инструментов для сокращения издержек магазина



*- средний балл по 5-балльной шкале оценки



Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

ПОДДЕРЖКА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ КАНАЛОВ ПРОДАЖ

Более половины опрошенных ритейлеров считают важной **поддержку функции selfscan** на мобильном телефоне в целях развития дополнительного канала продаж.

Более трети отмечают значимость функции click&collect, развитие которой значительно ускорилось на фоне пандемии. Например, востребованной стала опция получения заказов в интернет-магазинах при самовывозе, не отходя от машины (ее реализовал, в частности, подмосковный «Глобус»). Сеть «Лента» запустила в 2020 году систему click&collect в 150 гипермаркетах, планируя тиражирование решения на все магазины сети по стране. Расширяет географию услуги самовывоза и ритейлер METRO (с 42 до 94 торговых центров в России).

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВНУТРИ ПРОДУКТА

Для поддержки развития, расширения бизнеса ритейлерам нужны гибкие инструменты, которые легко масштабируются и дорабатываются под меняющиеся потребности. Важны здесь и интеграционные возможности кассовых систем. Наличие встроенных инструментов, которые легко адаптируются под нужды ритейлера, считают важным параметром 60% опрошенных.

В то же время открытость кассового ПО для самостоятельного внесения изменений ритейлером, без привлечения разработчика, интересует преимущественно крупных игроков, с развитыми ИТ-отделами и достаточными ресурсами для реализации таких задач «внутри». Для трети респондентов важна возможность самостоятельного подключения необходимого оборудования, и еще почти для трети – подключения выбранной системы оплаты.

Оценка важности поддержки дополнительных каналов продаж

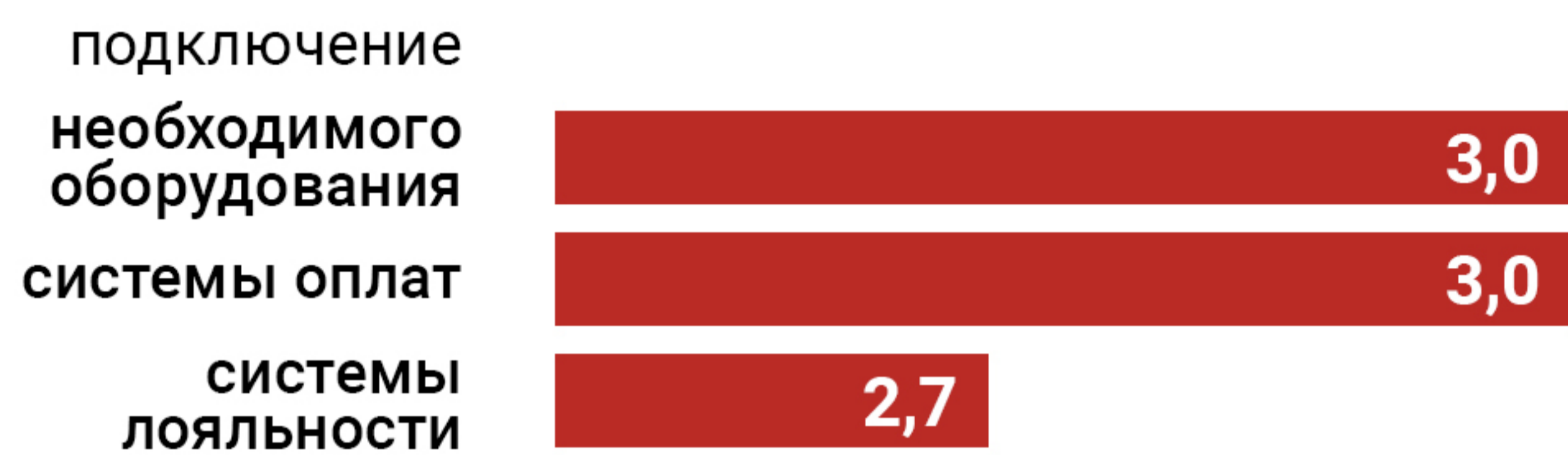


*- средний балл по 5-балльной шкале оценки

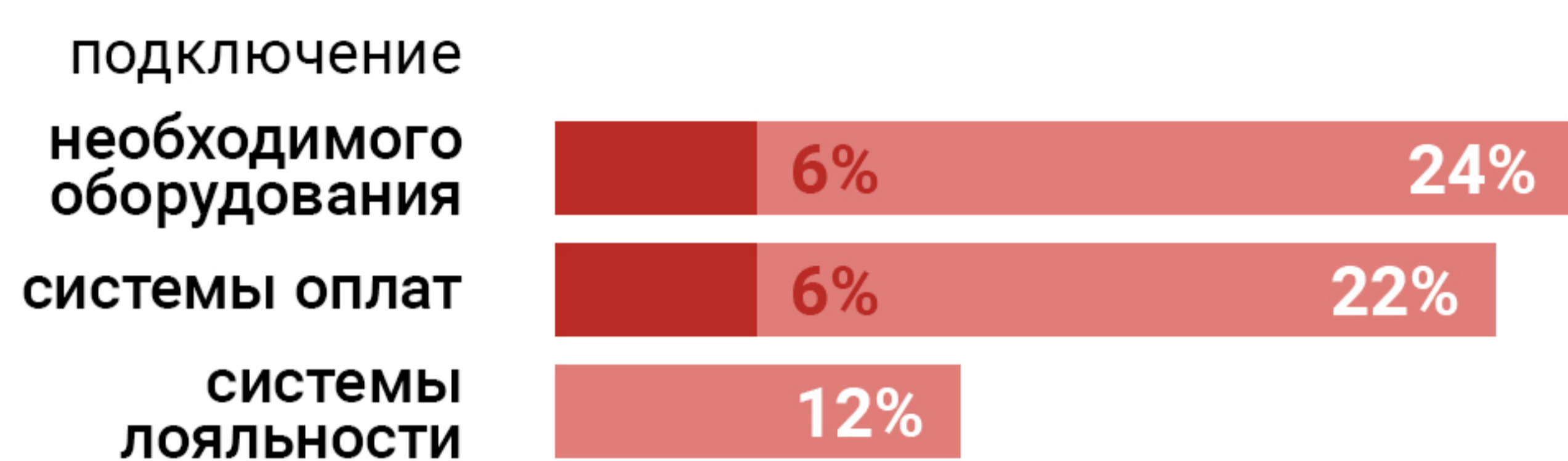


Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

Оценка важности открытости кассовой системы для самостоятельной доработки



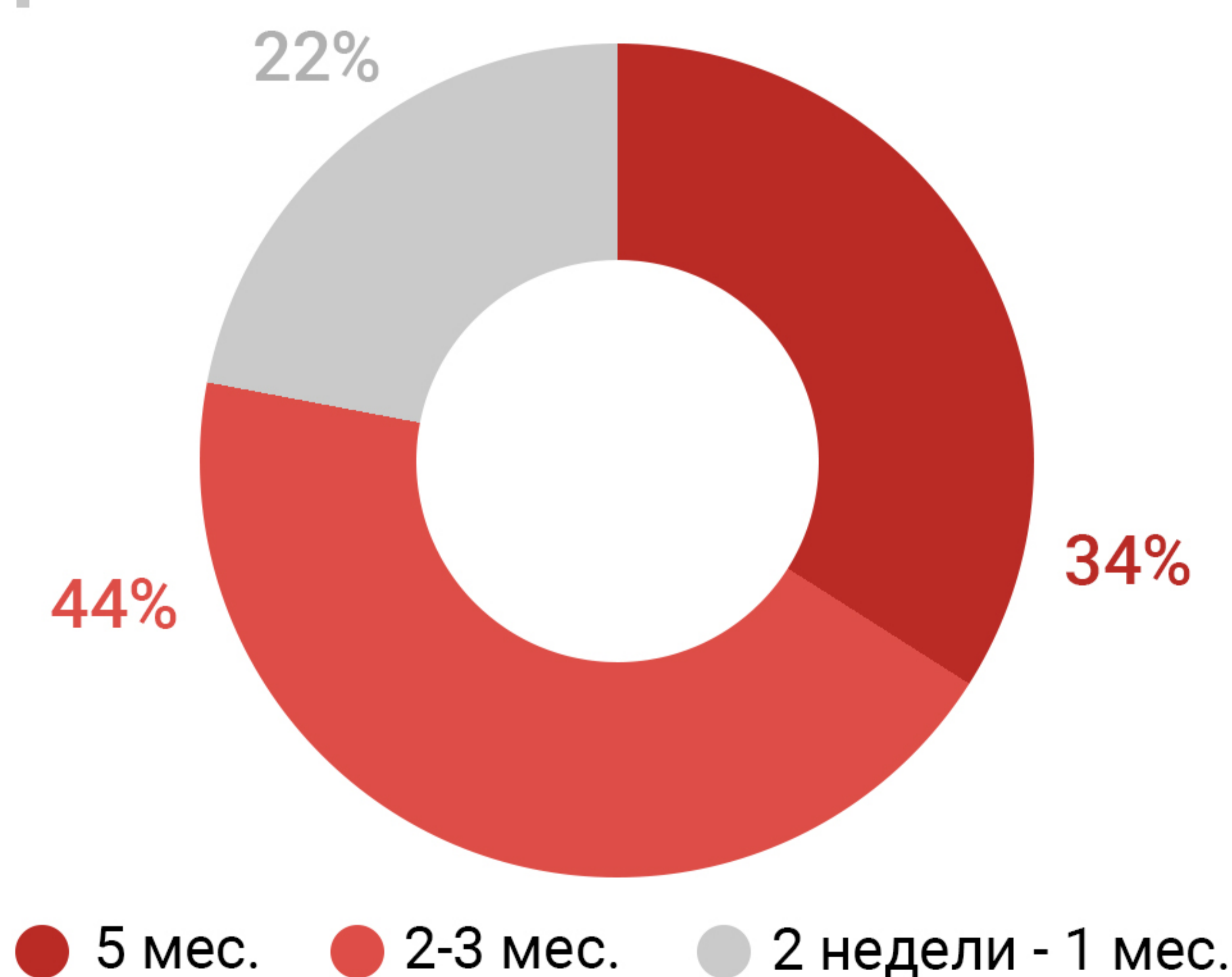
*- средний балл по 5-балльной шкале оценки



Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

Допустимая скорость доработок, вносимых разработчиком в систему по запросу, составляет 2-3 месяца, по мнению 44% респондентов. Более трети опрошенных, в основном представляющих региональных игроков, готовы ждать максимально до 5 месяцев. Эта позиция может меняться, в зависимости от того, о платных или бесплатных доработках идет речь – в пределах до полугода у почти половины респондентов.

Оценка допустимой скорости доработок в системе по запросу



Источник: TAdviser, 2021

Подавляющее большинство опрошенных ритейлеров (более 90%) считают важным (или предпочтительным) бесплатный доступ к обновлению ПО. В случае с обновлениями системы под законодательные изменения для 100% важна как их своевременность, так и бесплатность.

Оценка важности обновлений под законодательные изменения



Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

Половина опрошенных считают важной возможность снижения стоимости владения системой за счет архитектуры – например, при наличии открытых или бесплатных компонентов, не требующих лицензий Microsoft, а также за счет централизованной архитектуры - для экономии на серверах в магазинах. Более чем для $\frac{3}{4}$ респондентов важно горизонтальное масштабирование, обеспечивающее работу в режиме 24/7 при росте торговой сети. Четверть опрошенных ритейлеров заинтересованы в готовности кассового ПО к работе в других странах (чтобы обеспечить поддержку планируемой региональной экспансии).

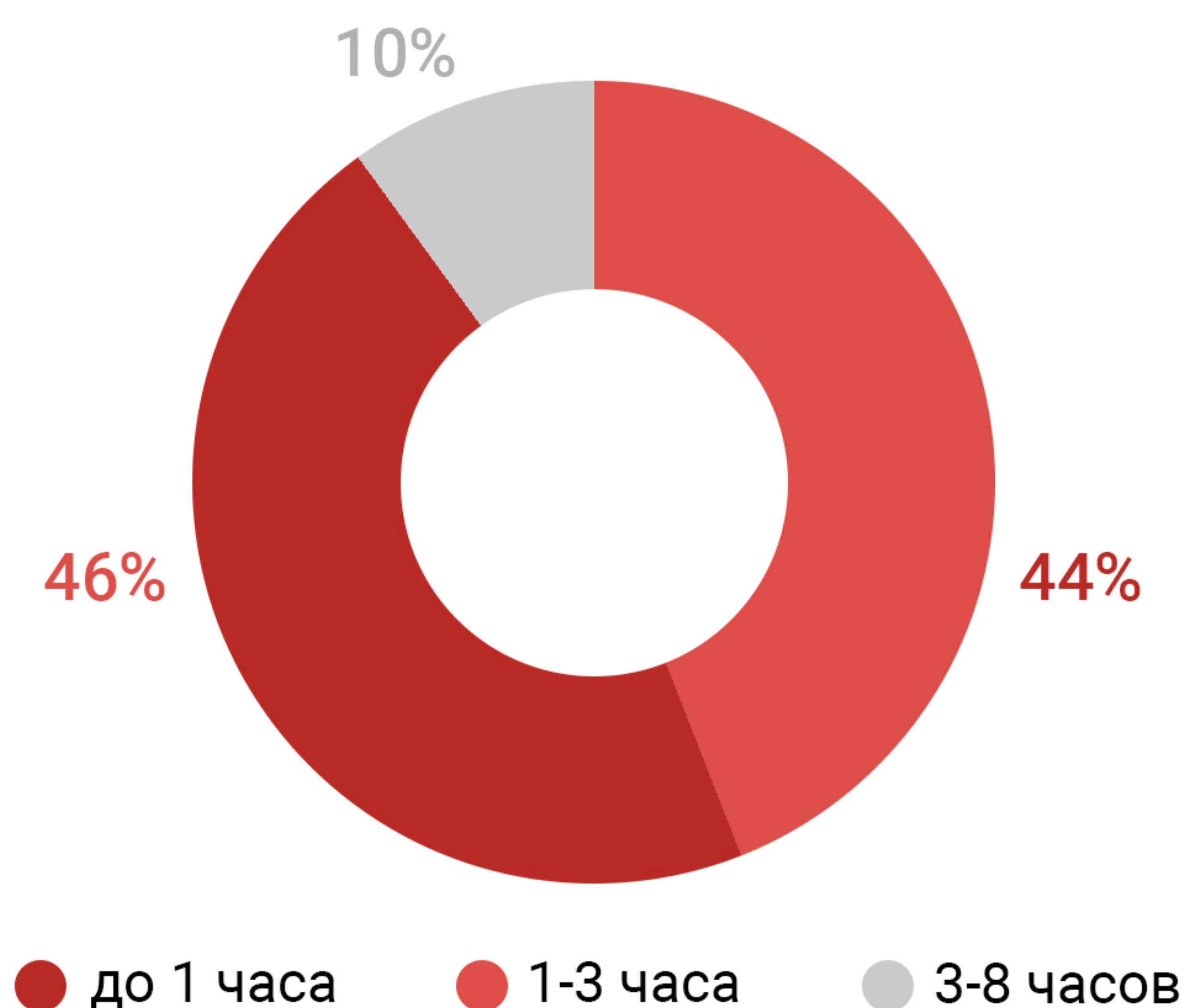
Оценка важности архитектурных возможностей кассового ПО



Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

При оценке скорости реакции на критичные инциденты, останавливающие процесс торговли, около половины респондентов считают приемлемым интервал от 1 до 3 часов. Для 44% важно, чтобы он не превышал 1 часа.

Оценка приемлемой скорости реакции на критичные для бизнеса инциденты



Источник: TAdviser, 2021

Доступность сервисной поддержки 24/7 важна для 100% опрошенных. При этом для 80% значимы также и единые правила поддержки, действующие по всей стране.

Оценка доступности сервисной поддержки



*- средний балл по 5-балльной шкале оценки



Источник: TAdviser, 2021 ● очень важно ● важно

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Как показало исследование TAdviser, крупные российские ритейлеры сегодня заинтересованы не только в базовой функциональности, но и в новых возможностях кассового ПО, обеспечивающих рост эффективности, а также повышение лояльности покупателей. С учетом быстрого развития всех сегментов рынка самообслуживания (глобально будет расти на 16% в год и к 2026 году достигнет 68 млрд долл., по данным Mordor Intelligence) будет усиливаться спрос российского ритейла на системы self-scanning и на КСО, которые становятся самым быстро распространяющимся типом оборудования в этом сегменте.

«Наиболее перспективные технологии – в первую очередь, те, что позволяют эффективно изучать покупательское поведение и способны предсказывать пики и падения трафика, - **подтверждает Эдуард Ирышков.** - Перспективно развитие технологий самообслуживания, включая кассы-трансформеры, технологии, которые помогают покупателям самостоятельного сканировать продукцию в магазине и оплачивать ее на кассах самообслуживания, а также различные мобильные приложения. Главное же требование к решениям - адаптивность под нужды конкретного сегмента, готовность быстро подстроиться под требования законодательства, изменить интерфейс и кон-

струкцию под покупательские нужды и развитие портфеля сервисов. Нам, в первую очередь, важно, чтобы на последнем этапе покупательского пути потребители получали максимум из слагаемых: скорость обслуживания и удобство использования».

Основные требования к современным кассовым системам – это быстрая обработка данных, качество данных и скорость закрытия чека. Также в фокусе внимания ритейлеров и дополнительные опции, которые могут влиять на конкурентоспособность. В их числе – инструменты маркетинга, решения для ускорения обслуживания, а также широкие возможности кастомизации и оптимизации.

«Для ИТ-специалистов ритейлера важна бесшовная интеграция в кассовый контур систем лояльности, e-com, ПО курьеров, решений self-scan с учетом новых требований по маркировке, - **отмечает Алексей Анкудинов.** - Заметен тренд на персонализацию отношений с покупателями – поэтому кассовый софт должен позволить повышать Customer Experience на всех этапах взаимодействия с покупателем: от напоминания о скидках, положительном опыте посещения магазина до удобной оплаты и электронного чека. Ритейлеры ищут ПО с поддержкой тренда на самообслуживание в магазинах и параллельное внедрение технологий anti-fraud (борьба с мошенничеством). Как и прежде, всем нужны стабильно работающие решения с разумными затратами на обслуживание, и как

показывает практика CSI, одним из основных критериев выбора системы становится снижение TCO».

«До появления российских решений экономическая эффективность внедрения КСО была под большим вопросом. Для X5 установка одной кассы собственного производства обходится в 4 раза дешевле аналогов зарубежных производителей, а стоимость эксплуатации примерно в 5 раз ниже. Также важно наличие у

вендора единой платформы для различных решений – от КСО и систем self-scanning до фискальных регистраторов, считывателей карт и прочих устройств – в зависимости от конфигурации конкретной системы самообслуживания в торговом зале, - **резюмирует Иван Мельник.** - При условии единой платформы достигается максимальное удобство интеграции всех необходимых решений в инфраструктуру ритейлера».



ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СРАВНЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ КАССОВЫХ СИСТЕМ В РОССИИ

Отечественный ритейл в основном использует пять кассовых систем: Set Retail (разработчик CSI (Crystal Service Integration)), Frontol (Атол), Профи-Т (Пилот), УКМ (Сервис Плюс) и Artix (Artix). В рамках исследования TAdviser была проанализирована функциональность этих продуктов, исходя из более 20 параметров. Учитывались как базовые функциональ-

ные возможности, так и дополнительные опции, которые становятся точкой роста для дальнейшего развития и продвижения решений.

Часть систем включены в Единый реестр отечественного ПО (Frontol 6, Artix, Set Retail) и могут быть использованы для реализации заказчиком стратегии по импортозамещению.

Сравнительный анализ кассовых систем по уровню функциональности

Источник: TAdviser, 2021

	Пилот	Сервис Плюс	Атол	Artix	Crystal Service Integration
Кассовая система	Профи-Т	УКМ 5	Frontol 6	Artix	Set Retail 10
Год запуска в коммерч. эксплуатацию	1993	1995	2006	2008	2010
Численность разработчиков	>30	>40	30	>20	80
Входит в Единый реестр отечественного ПО			да	да	да

Проекты внедрения кассового ПО

Кол-во проданных лицензий в 2019	>5 000	>5 000	39 403	>3000	18 300
Кол-во проданных лицензий в 2020	>5 000	>5 000	29 288	>3000	14 300
Количество клиентов из ТОП-100 ритейлеров РФ	>5	>10	>10 <small>включая обновления</small>	>5	18
Общее кол-во внедрений (клиентов) кассового ПО за все время	>300	>300	>300	>100	300
Общее кол-во касс, работающих на ПО за все время	>35 000	>100 000	120 000	>30 000	150 000

	Пилот	Сервис Плюс	Атол	Artix	Crystal Service Integration
Работа на классических кассах	да	да	да	да	да
Работа на сенсорных кассах	да	да	да	да	да
централизованное управление	да	да	да	да	да
Работа касс SCO	да	да	да	да	да
централизованное управление			да	да	да
наличие интеграции с внешними ИС	да	да	да	да	да
Работа по технологии Self Scan	частично		частично	да	да
централизованное управление			да	да	да
наличие интеграции с внешними ИС	да				да
Работа касс в ресторане-кафе внутри магазина	да	да	да	да	да
выбор товара из ассортимента кафе	да	да	да	да	да
готовое меню по дням			да		да
быстрая навигация			да, плиточный режим	да	да

	Пилот	Сервис Плюс	Атол	Artix	Crystal Service Integration
Работа с ценниками	да		да		да
дизайн ценника	да		да		да
поддержка электр. ценников					да
акционные ценники	да		да		да
автоподбор шаблонов			да		да
формулы расчёта цен	да		да		да
другая функциональность					директивная печать
Работа с весами самообслуживания	да		да	да	да
автовыгрузка товаров при переполнении	да		да		да
исключение весового товара из списка	да		да		да
Наличие в ПО инструментов для программ лояльности	да	да	да	да	да
основные блоки функциональности модуля	скидки, чеки, баллы	скидки, сертификаты, купоны	скидки, сертификаты, купоны	скидки	скидки, купоны, бонусы, CRM, аналитика
возможность работы в оффлайн режиме	да		да	да	да
омниканальность скидки по программе лояльности для интернет-магазина, моб. приложения	да	да	да, скидки, сертификаты, купоны	да	да, скидки, купоны

	Пилот	Сервис Плюс	Атол	Artix	Crystal Service Integration
ПО для работы прайс-чекера в торговом зале	да	да	да	да	да
управление визуальными шаблонами			да		да
отображение акционных цен	да		да		да
отображение рекламного фото и видеоконтента			да		да
Работа с особыми категориями товаров		да	да	да	да
модуль контроля продаж маркированной продукции	да	да	да	да	да
продажа алкоголя	да	да	да	да	да
продажа прочей маркированной продукции		да, обувь	да, табак, товары легкой пром-ти		да алкоголь, табак, обувь, легкая пром-ть, парфюм, фотовспышки, фототехника, шины и диски
Интеграционные возможности	да	да	да	да	да
интеграционная шина для обмена данными с ИС ритейлера					да, Set ESB
готовые интеграции с типовыми ERP	да	да	да	да	да
интеграция с кассовым оборудованием мировых производителей	да	да	да	да	да
другое					открытое API

	Пилот	Сервис Плюс	Атол	Artix	Crystal Service Integration
Возможность работы функциональности системы без серверов в магазинах	да	да	да	да	да
Открытость для самостоятельного внесения изменений	да		да	да	да
наличие открытого API для внешних систем оплат и лояльности					да
Дополнительные сервисы в областях:					
управление конфигурациями	да		да		да централизованное и точечное конфигурирование
роботизация					да чат-бот Set Galya, Set робот DaCo
коммуникации с клиентом	да		да		да
переход на электронные чеки					
возможности ускорить обслуживание покупателей	да «убийца очередей»		да		да
другие собственные разработки					сервисы Set Omni, Set Kit, Set Mark, комиссионная торговля
Наличие системы контроля безопасности кассовых операций	партнерская		да видеоконтроль - Frontol Video API		да система контроля кассовых операций Set Prisma

Пилот	Сервис Плюс	Атол	Artix	Crystal Service Integration
-------	-------------	------	-------	-----------------------------

Масштабируемость и поддержка роста сети, в т.ч. в другие страны

Использование централизованной архитектуры в проектах	да	да	да	да	да
максимальное количество касс в проекте			505		9800

Локализация в странах СНГ и дальнего зарубежья

Страны, в которых уже работают кассы	Беларусь	Беларусь, Украина, Казахстан, Армения, Азербайджан	Беларусь, Узбекистан, Казахстан,		Россия, Беларусь, Казахстан, Узбекистан, Азербайджан, Киргизия. Российский ритейл в Германии. Планы – Австрия
--------------------------------------	----------	--	----------------------------------	--	---

Стоимость владения

Стоимость доступа к обновлениям <small>в т.ч. законодат.</small>		Бесплатно	9900 руб. разовая лицензия, 4000 подписка /год	Бесплатно	Бесплатно
Платные компоненты, необходимые для работы ПО (ОС, БД)			Windows		нет

Сервис и поддержка продукта

Поддержка в разных регионах 24/7	да	да	да	да	да
Поддержка на английском языке		да			да
Доступ клиента к базе знаний/самостоятельная поддержка	да		да		да
Системы мониторинга		да			да Zabbix, Prometheus, Grafana
Системы управления конфигурациями	да				Ansible - для доставки, конфигурирования сервисов
Автоматизированные сервисы ТП	да				Zabbix для мониторинга сервисов и кластера

По результатам собранных данных экспертами TAdviser была проведена сравнительная оценка функциональности рассмотренных кассовых систем. Каждому параметру была присвоена оценка от 0 до 1 балла,

где 0 – функциональность отсутствует или только начинает развиваться, 0,5 – функциональность находится в развитии, 0,7 - хорошо развита и доступна, 1 – высокий уровень развития и доступности функциональности.

Сравнительная оценка функциональности ключевых кассовых систем в РФ

	Профи-Т	УКМ 5	Frontol 6	Artix	Set Retail
Ключевые параметры кассовой системы					
Работа на классических кассах	1	1	1	1	1
Работа на сенсорных кассах	1	0,7	1	1	1
Работа касс SCO	0,5	0,7	1	1	1
Работа по технологии Self Scan	0,5	0	0,5	0,7	1
Централизованное управление	0,5	1	0,5	0,7	1
Работа касс в ресторане-кафе внутри магазина	0,5	0,5	1	0,7	1
Работа с ценниками	0,5	0	0,7	0	1
Работа с весами самообслуживания	0,7	0	0,7	1	1
Наличие ПО инструментов для программ лояльности	1	1	1	1	1
ПО для работы прайс-чекера в торговом зале	0,7	0,5	1	0,7	1
Работа с особыми категориями товаров	0,5	1	1	0,7	1
Интеграционные возможности	0,7	0,7	0,7	0,7	1
Возможность работы функциональности системы без серверов в магазинах	1	1	1	1	1
Открытость для самостоятельного внесения изменений	0,5	0	0,7	0,7	1

Профи-Т

УКМ 5

Frontol 6

Artix

Set Retail

Дополнительные сервисы в областях

Управление конфигурациями	1	0	0,5	0	1
Роботизация	0	0	0	0	0,5
Коммуникации с клиентом	1	0	1	0	1
Переход на электронные чеки	0	0	0	0	1
Возможность ускорить обслуживание покупателей	1	0	1	0	1
Наличие системы контроля безопасности кассовых операций	0,5	0	0,5	0	1

Масштабируемость и поддержка роста сети, в т.ч. в другие страны

Использование централизованной архитектуры в проектах	1	1	1	1	1
---	---	---	---	---	---

Локализация в странах СНГ и дальнего зарубежья

Страны, в которых уже работают кассы	0,5	1	1	0	1
--------------------------------------	-----	---	---	---	---

Сервис и поддержка продукта

Поддержка в разных регионах страны 24/7	1	1	1	1	1
Поддержка на английском языке	0	1	0	0	0,7
Доступ клиента к базе знаний/ возможность самостоятельной поддержки	1	0	1	0	1

Итоговый балл

16,6

12,1

18,8

12,9

24,2

По данным исследования TAdviser, основной фокус предложения в сегменте кассовых систем в России в настоящий момент отвечает запросу крупных ритейлеров – на расширение дополнительных сервисов, возможностей оптимизации и поддержке сценариев самообслуживания.

Как комментируют в компании CSI, на ближайшие несколько лет выделено несколько направлений развития экосистемы Set. «Главная задача – обеспечить высокую доступность и отказоустойчивость всех критичных бизнес-сценариев торговой сети. Планируем дополнить линейку новыми продуктами: расширить возможности системы управления лояльностью покупателей в Set Retail, разработать и выпустить аналитические модули для наших продуктов. Уже есть понимание, чему ещё мы научим нашу электронную «Галю» (Set Galya). Клиентам предложим возможность подключать внешние кассы в нашу экосистему. Продолжим расширять возможности Set Mark по контролю маркированных товаров, добавлять новые массовые категории. Что касается темы самообслуживания – в приоритете у нас развитие API по работе с технологией selfscan и развитие киосков самообслуживания на базе CSI K, в том числе с использованием контрольной платформы для борьбы с воровством», - **поясняет Алексей Онуфриев, директор по разработке компании CSI.**

«В ближайшие годы АТОЛ будет придерживаться стратегии клиентоцентричности, - **говорит Дмитрий Борисов.** - Для нас важно, чтобы не только магазин, кафе или другая точка, где будет установлено наше ПО, были довольны качеством наших решений. Нам критично, чтобы их конечные клиенты или покупатели были довольны нашими цифровыми продуктами».

В настоящий момент многие заказчики из ритейла ориентированы на минимизацию доли специфических проектов интеграции и кастомизации ИТ-решений внутри – и заинтересованы в получении необходимой функциональности «под ключ» от поставщика. От него же ожидается и высокая доступность сервисной поддержки – один из главных приоритетов сетевых ритейлеров, как показал опрос TAdviser.

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ МАГАЗИНОВ

Кассовые решения — это платформы, которые позволяют ритейлерам подключать новые технологии и сервисы, повышая эффективность. Сегодня мы наблюдаем расширение возможностей оплаты (по QR-коду, подготовка к оплате криптовалютой и биометрии). Уже популярны сервисы самообслуживания, scan&go, click&collect.

Если платформа позволяет делать такие интеграции быстро — это большой плюс.

Как показал опрос ритейлеров, представленный на конференции RetailTECH-2021, участники назвали самыми актуальными в перспективе ближайших двух лет такие сервисы, как самообслуживание, автоматизацию инвентаризации, а также решения для повышения эффективности работы персонала магазинов.

Оценка актуальности цифровых технологий для ритейла (средний балл)



Источник:
по материалам RetailTECH-2021



ОБ АНАЛИТИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ TADVISER

Контакты для обратной связи:

editor@tadviser.ru

С 2005 года аналитики TAdviser провели десятки исследований в интересах заказчиков и поставщиков ИТ-систем. Среди наших клиентов:

Сбербанк, ВТБ, Ростех, Ростелеком, ФСК ЕЭС, Спортмастер, Huawei, SAP, Microsoft, Oracle, Крок, Ланит, IBS, Ситроникс, Abbyy, BearingPoint, РДтех, SAS Institute Inc., QlikTech, Корпорация Галактика, Техносерв, БДО Юникон, Энвижн Груп, АйТи и многие другие менее известные организации.