

image not found or type unknown



Введение

Одним из важных факторов развития экономики является научно-технический прогресс, представляющий собой процесс непрерывного совершенствования орудий и средств труда, создания новой, более совершенной техники и замены ею устаревшей. Он включает также развитие научных знаний во всех областях человеческой деятельности, в том числе и в области организации и технологии как производственной, так и непроизводственной сфер. Его следует рассматривать как единое, взаимообусловленное, поступательное развитие науки и техники. Без внедрения достижений науки и техники невозможно обеспечить техническое перевооружение и реконструкцию, производства, интенсивное использование имеющегося производственного потенциала, повысить эффективность общественного воспроизводства. Переход экономики к рыночным отношениям требует ускорения научно-технического прогресса, внедрения принципиально новых технологий, техники новых поколений, которые способствовали бы многократному повышению производительности труда, эффективности производства, выпуску конкурентоспособной продукции.

Обойтись без информационных технологий в торговой отрасли сегодня сложно. Для учета даже небольших объемов торговли используют, как минимум, электронные таблицы. Чем больше объемы торговли, тем больше требований предъявляют торговые организации к информационным потокам, сопровождающим движение товаров и позволяющим принимать правильные управленческие решения.

Торговля как сфера человеческой деятельности одной из первых стала внедрять информационные технологии. Можно считать, что именно в ней появилась «автоматизированная система учета»:

Налоговая инспекция тогда не контролировала кассовую ленту, учет был нужен самому предпринимателю, чтобы следить за работой наёмного продавца. Предприниматель обходил свои торговые точки, собирал выручку и проверял её сумму по кассовому аппарату. Если она не соответствовала кассовой ленте, разбирались с продавцами.

Шли годы, развивалась торговля, развивались информационные технологии. Конечно, остались те, кому и сегодня достаточно кассовых аппаратов, которые стали «умнее», легче и удобней, но суть процесса изменилась мало. Увеличились масштабы торговли, ассортимент, поток покупателей — все это на порядок больше, чем век назад, и управлять торговым предприятием без автоматизации стало весьма сложно, а иногда невозможно.

Оптовая торговля – это узловое звено в цепочках поставок. Его задача связать производителя и потребителя продукции, которые могут находиться вдали друг от друга, в том числе, в разных странах.

Только самые крупные мировые производители в состоянии построить свою сбытовую логистику так, чтобы не нуждаться в посредниках. Работа посредника — оптовика или дистрибьютора — это уже давно не простое «купи - продай», а сложный процесс, предполагающий:

- сбор и анализ потребностей клиентов;
- привлечение новых и удержание постоянных клиентов;
- расчёт и поддержание оптимального уровня складских запасов;
- управление заказами;
- управление поставками;
- управление внутрискладской и транспортной логистикой.

Эти задачи решают товароучетные системы, торговые модули ERP-систем. За складскую логистику отвечают системы управления складами (WMS – Warehouse Management System), за транспортную — системы управления грузоперевозками (TMS – Transport Management System). Задачи взаимодействия с внешним миром решают специальные системы электронного обмена данными (EDI – Electronic data interchange). Задачи поддержания лояльности клиентов и маркетинговые задачи решаются совместно в товароучетных системах или соответствующих модулях ERP-систем и в системах управления взаимоотношениями с клиентами – CRM.

Тенденции развития оптовой торговли и дистрибуции, с одной стороны, диктуются рыночными условиями, с другой, – развитием информационных технологий.

Рыночные условия таковы, что все возможности для интенсивного роста торговых предприятий практически исчерпаны. До предела обострена конкуренция. Один и тот же

товар могут предоставить десятки и сотни поставщиков примерно по одним и тем же ценам. Ценовая конкуренция уходит на второй план, поскольку возможности для маневров на этом поле практически полностью выработаны различными бонусными схемами и программами лояльности.

В таких условиях единственным эффективным инструментом конкурентной борьбы остается качество обслуживания клиентов. Разумеется, прежде всего, это поставки точно в срок, но не только. Повышают качество обслуживания и такие сервисы, как:

- системы автоматизированного заказа товара;
- интеграция информационных систем продавца и клиента;
- оперативное информирование клиента о ходе выполнения его заказа.

Информационные технологии сейчас активно развиваются в мобильном секторе. Для торговли это означает, что сотрудники, никогда ранее не имевшие своих автоматизированных рабочих мест, получают их на планшетах и смартфонах.

Другой важный тренд – развитие облачных сервисов, существенно ускоряющих решение интеграционных задач: это и включение удаленных филиалов в общее информационное пространство, и интеграция с информационными системами внешних контрагентов.

Используя эти сервисы и информационные системы по отдельности, либо комбинируя их или внедряя интегрированные комплексные системы, в которых все эти модули органично соединены друг с другом, торговое предприятие успешно решает свои задачи.

Каждый сегмент торговли предъявляет свои требования к информационным системам. И рынок информационных технологий в полной мере удовлетворяет их. Программные продукты для построения информационных систем управления торговыми предприятиями учитывают лучшие практики отечественного и мирового бизнеса. Так, например, программные продукты для автоматизации торговли на платформе «1С:Предприятие» с успехом используются не только у нас в стране. Торговым предприятиям нужно только выбрать оптимальные инструменты для решения своих задач.