

## ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

*М.Н. Садовская*

*Белорусский государственный экономический университет, Sadovskaya\_M@bseu.by*

Особенностью информационных систем (ИС) сферы розничной торговли является их направленность на принятие управленческих решений по информации, обобщенной по результатам обработки огромного количества детальных данных о продажах, поставках и т.д. Сегодня уже с уверенностью можно сказать, что определенный набор информационной инфраструктуры является необходимым условием успешной работы розничного предприятия.

Использование информационных технологий в розничной торговле оправдано в двух случаях. Во-первых, – для улучшения процесса товарооборота (оптимизации логистики, контроля наличия необходимого количества товара на складе и т.д.). Во-вторых, – для облегчения процесса обслуживания покупателя (быстрого поиска покупателями необходимого им товара, уменьшения очередей и т.д.).

Основной задачей ИС является усовершенствование процесса функционирования компании – когда на смену большой последовательности действий, подчас затратных по временным и материальным ресурсам, приходит удобный и четко структурированный алгоритм действий, совершаемых автоматизированной системой.

Другой важной задачей ИС является оперативность и объективность при поступлении, обработке и анализе информации о товарообороте и, как следствие, повышение качества принимаемых управленческих решений.

При постановке вопроса о внедрении ИС перед руководителем предстает целый ряд проблем, решение которых и должно ответить на вопрос о целесообразности использования ИС на данном этапе и ожидаемом эффекте. Эти проблемы можно сгруппировать следующим образом.

1. Выявление управленческих (производственных) задач, для решения которых нужна ИС.
2. Определение бизнес-процессов, необходимых для внедрения и/или для реорганизации, чтобы отдача от использования ИС была максимальной.
3. Формулировка правил, по которым будет осуществляться управление информационными потоками в новом режиме. Учет возможности пресловутого сопротивления персонала нововведениям.
4. Обоснование выбора программного комплекса для ИС: отечественного или зарубежного; многофункционального и дорогостоящего или более дешевого компромиссного варианта.
5. Решение что делать со старыми программами обработки информации и управления БД: интегрировать с приобретаемым решением или уничтожить.
6. Выбор метода оценки экономической эффективности от внедрения. Сопоставление реальной экономической отдачи и полной стоимости внедрения.

Конечно, первые пять из перечисленных проблем полностью определяются решением первой из них. Особенно это сказывается на четвертом пункте. Тут надо четко представлять, что любой программный комплекс может оцениваться только применительно к конкретной задаче и никоим образом не сам по себе. Не всегда бывает оправдано приобретение дорогостоящего обеспечения, если оно не приспособлено решать в полной мере конкретные ваши задачи.

Среди торговых программных решений различают как минимум три типа программных продуктов:

- 1) программное решение, разработанное на базе универсальных ERP-систем с учетом особенностей отрасли;
- 2) программное решение, изначально разработанное для розничных компаний и учитывающее большинство особенностей отрасли (отраслевые решения);
- 3) программные решения, разработанные “под заказ” для конкретной розничной компании (“заказная ИС”).

Одним из важнейших критериев, которые окончательно обосновывают риск внедрения ИС, является оценка эффективности этого внедрения.

В настоящий момент существуют три используемых подхода к оценке эффективности инвестиций в реализацию ИС:

- постфактум анализа результатов похожих проектов (бенчмаркинг);
- экспертная оценка;

- метод сбалансированной оценочной ведомости.

Не менее важным для результата проекта является вопрос формирования команды внедрения. При этом для эффективной организации проекта можно предъявить следующие требования:

- управление проектом должно быть сосредоточено в едином центре, который несет полную ответственность за результат;
- необходимо наличие четко определенных каналов обмена информацией – единое информационное поле проекта;
- в компании-заказчике должен быть сотрудник, обладающий властью принимать непопулярные решения;
- подрядчик и заказчик должны обладать методологией ведения подобных проектов.

Внедрение ИС в розничной торговле должно оправдываться решением основной задачи розничного бизнеса: получение максимальной отдачи с каждого проданного товара, с каждого квадратного метра площади. Поэтому, прежде всего, ставятся цели обеспечить контроль, учет и планирование. Конечно, снизить издержки. В условиях продолжающегося роста и укрупнения рынка, происходящих слияний и поглощений не менее важная цель – быстрое реагирование на изменения. Поэтому решение должно быть достаточно гибким и масштабируемым. Гибким – чтобы иметь возможность быстро перестроить свои бизнес-процессы, масштабируемым – чтобы поддерживать рост бизнеса.