

УДК 005.57:339.378

Гришко М.Г.

аспірант кафедри менеджменту

Київського національного торговельно-економічного університету

## ОГЛЯД РИНКУ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

### OVERVIEW MARKET OF SOFTWARE FOR MANAGEMENT TRADING NETWORKS

#### АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена питанням та проблемам впровадження програмних продуктів для автоматизації управління торговельною мережею для підвищення ефективності її діяльності. Висвітлені проблеми вибору найбільш функціонального програмного забезпечення для управління торговельними підприємствами.

**Ключові слова:** управління, торговельні мережі, управління торговельною мережею, ринок програмних продуктів, програмні продукти для управління.

#### АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросам и проблемам внедрения программных продуктов для автоматизации управления торговой сетью для повышения эффективности ее деятельности. Освещены проблемы выбора наиболее функционального программного обеспечения для управления торговыми предприятиями.

**Ключевые слова:** управление, торговые сети, управление торговой сетью, рынок программных продуктов, программные продукты для управления.

#### ANNOTATION

The article is devoted questions and problems of introduction of software products for automation of trade network management to improve the efficiency of the distribution network, and also the covered problems of a choice of the most functional software for managing trade enterprises.

**Keywords:** management, trading networks, retail, market of software, software for management.

**Постановка проблеми.** Успішне функціонування мережі магазинів, супермаркетів, будь-яких торгових мереж залежить від багатьох чинників, серед яких одним з найбільш вагомих є можливість оперативного збору інформації з кожного магазину мережі і передача інформації в центральний офіс. Дана інформація допоможе впізнаваності бренду, так як в мережі будуть здійснені єдина цінова політика, один асортимент і одні стандарти обслуговування. Для успішного здійснення вищеперерахованого необхідно автоматизувати торговельну мережу. Для автоматизації торгових мереж необхідно встановити сучасне торгове обладнання та комплекс прикладних програм, які і будуть розглянуті у дослідженні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам інформаційного забезпечення управління підприємством та інформаційних технологій присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців М.П. Денисенко [1], Л.В. Балабанової [2], В.В. Годіна, І.К. Корнеева [3], М.В. Тарасюка [4], А.Дж. Кошеєва [5], К. Еберта [6] та ін. Науковці розглядали в загальному проблему необхідності комплекс-

ної автоматизації управління підприємством, а також деякі з них дослідили ринок програмних продуктів саме для фінансової звітності підприємства чи контролінгу в управління торговельними мережами.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Однак названі науковці не розглядали проблему вибору програмного забезпечення управління в торговельній галузі або ж лише вузько направлені його аспекти. В даній публікації автор наводить раніше не визначені основні переваги впровадження автоматизованої системи управління саме на торговельному підприємстві, а також основні аспекти, на які слід звернути увагу при виборі програмних продуктів для управління саме торговельною мережею.

**Мета статті** – огляд ринку найбільш поширених програмних продуктів для управління торговельною мережею; виділення основних аспектів для порівняння існуючих програмних продуктів, на які слід звернути увагу при виборі інформаційної системи управління торговельної мережі, зокрема, факторів, що стосуються розробника та постачальника програмного продукту, його складу та надійності; визначення основних критеріїв, на які слід звертати увагу при виборі програмних продуктів для автоматизації торговельної мережі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Встановлення ринкових відносин в Україні сприяло активному розвитку вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності, зокрема, торгівлі, у тому числі й торговельних мереж. Значні темпи розвитку сформували ряд переваг для торговельного бізнесу, але й спричинили низку проблем, пов'язаних зі складністю управління великими господарськими утвореннями.

Крім того, тенденції формування вітчизняного торговельного бізнесу у вигляді великих територіально розгалужених торговельних мереж, розширення асортименту товарів, глобалізація торговельного бізнесу, диверсифікація торгівлі, розширення мережі постачальників з різними пропозиціями якості товарів та ціновими пропозиціями спричинили виникнення ряду проблем, таких як:

– обробка значних масивів інформації, проаналізувати яку необхідно для прийняття ефективних управлінських рішень;

– необхідність врахування дії значної кількості факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ;

– зростання рівня конкуренції на ринку торговельних послуг, що спричиняє потребу у інноваційних методах ведення бізнесу та управління ним;

– урахування інтересів та потреб різних груп зацікавлених осіб, що забезпечує довгострокове функціонування на ринку торговельних послуг;

– координування та спрямування різних структурних підрозділів торговельних мереж, які займаються не лише торгівлею, але й наданням різного роду супутніх послуг та виробничою діяльністю, на досягнення загальнокорпоративних цілей;

– інші проблеми, пов'язані з розвитком ринкових відносин та глобалізацію торговельного бізнесу.

Ускладнення управління торговельними мережами викликане наявністю значних інформаційних потоків, що підлягають контролю та оцінці з боку власників та менеджерів, обмеженістю ресурсів та необхідністю забезпечувати за їх рахунок операційну, інвестиційну і фінансову діяльність та ін.

Вирішення проблем управління торговельними мережами потребує впровадження інноваційних управлінських технологій, для ефективного функціонування яких необхідне відповідне інформаційне забезпечення. Для розробки ефективного механізму інформаційного забезпечення та обґрунтування його функціонування в управлінні торговельними мережами доцільно оцінити загальний стан менеджменту та визначити, які інформаційні технології та елементи інформаційного забезпечення на сьогодні вже впроваджені та використовуються менеджерами торговельних мереж. Необхідність проведення цього дослідження саме в торговельному бізнесі пояснюється тим, що активний розвиток торгівлі в Україні супроводжується значними обсягами фінансових ресурсів, які спрямовуються на удосконалення управління та запровадження сучасних інструментів управління.

Сьогодні менеджери вищої ланки торговельних підприємств усвідомили необхідність застосування інформаційного забезпечення для підвищення ефективності та обґрунтованості управлінських рішень.

Сьогодні поняття «комплексна автоматизація», «інтегровані інформаційні системи», «ІТ-рішення з управління бізнес-процесами компанії» стали більш зрозумілими і прийнятними менеджеру торговельних мереж. Проекти з впровадження програмного забезпечення все менше піддаються критиці, все більше з'являється аргументів на підтримку інтегрованих систем управління. Таким чином, для вітчизняних торговельних мереж етап усвідомлення необхідності комплексної автоматизації можна вважати пройденим – наступним, більш важливим кроком є безпосередньо вибір сис-

теми, а це все ще завдання не з легких. І головна його складність полягає у відсутності чітких критеріїв вибору з широкого спектру програмних продуктів, представлених на ринку.

Отже, розглянемо деякі тенденції, які в останні роки можемо спостерігати на українському ринку програмного забезпечення. Серед позитивних явищ в першу чергу слід зазначити істотне підвищення попиту на автоматизовані інформаційні системи, що пов'язане з переходом вітчизняного менеджменту на більш гнучкі й ефективні механізми та інструменти управління, успішність яких демонструється західним бізнесом. Якщо ще кілька років тому українські торговельні підприємства, розвиваючись, використовували переважно засоби автоматизації бухгалтерського обліку, то сьогодні приходить чітке усвідомлення того, що навіть бездоганно налагоджений облік – це лише констатація минулих помилок і невірних фактів, в той час як головне завдання динамічного і успішного бізнесу – передбачати і планувати. Така перестановка пріоритетів докорінно змінює саму ідеологію управління, в якій провідне місце тепер займає комплексне рішення, що дозволяє автоматизувати як всі бізнес-процеси, так і основні функції менеджменту. З підвищенням попиту значно зростає і пропозиція. Якщо вітчизняний ринок програмних продуктів починався з західних розробок, розвивався переважно шляхом активного впровадження російських рішень з автоматизації, то теперішній етап можна охарактеризувати динамічним зростанням як кількості, так і популярності українських гнучких систем, що легко адаптуються. Перевага останніх полягає також в обліку національних особливостей ведення бізнесу і тонкощів вітчизняного законодавства. У той же час за своїми можливостями і рівнем опрацювання модулів системи українське програмне забезпечення поки значно відстає від західних аналогів. Безумовно, цьому є об'єктивна причина: кількість людино-років, витрачених на розробку й удосконалення своїх продуктів європейськими та американськими розробниками набагато перевершує наші аналогічні вкладення.

В цілому, оцінюючи обсяг ринку програмного забезпечення України, слід зазначити, що програм на ньому представлено досить багато. Однак, ознайомившись з рекламними матеріалами розробників і постачальників різних систем, часом буває вкрай складно знайти в них суттєві відмінності, за винятком вартості. Принаймні, кожна компанія, яка пропонує свій програмний продукт, позиціонує його як такий, що відповідає потребам і вимогам будь-якого підприємства, незалежно від його розміру і галузі. Однак зрозуміло, що одна і та ж інформаційна система не може однаково успішно використовуватися в потужній промисловій компанії і невеликому торговельному підприємстві. А якщо говорити безпосередньо

про сферу торгівлі, то тут при виборі програмного продукту потрібен особливий підхід – дана галузь володіє великою кількістю специфічних особливостей, які необхідно враховувати при автоматизації бізнес-процесів. Незважаючи на сказане, роздрібна торгівля протягом довгого часу залишалася сферою національної економіки, в якій впровадження комплексних автоматизованих систем управління було великою рідкістю. Лише останні роки, ознаменувалися стрімким зростанням торговельних мереж, привели до усвідомлення об'єктивної необхідності та реальної, підтвердженої практичною діяльністю вигоди від повної автоматизації бізнес-процесів торговельної мережі. Крім того, управління діяльністю торговельної компанії в ручному режимі на основі лише експертних висновків про стан ринку та інтуїтивному прогнозуванні обсягів продажів стає практично неможливим в умовах жорсткої конкуренції і непередбачуваних змін споживчого попиту. Специфікою сучасної торговельної мережі є широка номенклатура товарів, які надходять від різних постачальників. При цьому облік кожного виду товарів має свої нюанси: контроль термінів придатності, нормативний запас та ін. У цих умовах потрібні не тільки акуратність і точність, а й висока швидкість роботи з інформаційним потоком і швидке прийняття рішень, що неможливо забезпечити тільки за рахунок людського ресурсу. Результатом управління товарним та інформаційним потоками в ручному режимі є недостатня оперативність, повнота і достовірність отримання даних. Як наслідок – прийняття невірних або запізнілих управлінських рішень, неможливість передбачити і моделювати ситуації, низька ефективність менеджменту в цілому.

Виділимо основні вигоди та переваги від впровадження на торговельному підприємстві автоматизованої системи управління:

- прискорення обороту товарних запасів;
- зменшення оборотного капіталу;
- скорочення потреби в кредитних ресурсах;
- встановлення оптимального рівня товарних запасів, усунення затоварення і дефіциту товарів;
- підвищення точності прогнозів, якісне поліпшення процесів підготовки і прийняття рішень;
- зменшення трудомісткості процесів обробки та використання даних;
- зниження витрат на неліквідні товари, зростання щоденної виручки в довгостроковій перспективі;
- оцінка рентабельності товарів, що дозволяє компанії краще формувати асортимент, підвищувати частку ходових товарів, а в кінцевому підсумку – ефективніше використовувати обігові кошти, торговельні та складські приміщення;
- забезпечення прозорості розрахункових операцій; неможливість продавати «в обхід каси»;
- підвищення оперативності роботи;

– можливість консолідувати дані про продажі в єдиному центрі;

– стандартизація та підвищення ефективності бізнес-процесів у всіх магазинах та підрозділах торговельної мережі;

– відсутність помилок обліку, скорочення витрат часу на підготовку звітності, підвищення ефективності роботи персоналу;

– переорієнтація персоналу, звільненого від рутинних завдань обробки даних, на більш інтелектуальні та творчі види діяльності.

Як результат перерахованих позитивних змін в торговельній мережі, відбувається підвищення керованості і гнучкості бізнесу, збільшення його ринкової вартості та інвестиційної привабливості, а також поліпшення іміджу безпосередньо менеджменту, який використовує найбільш прогресивні інструменти управління. Якщо говорити про зміни, що піддаються кількісній оцінці, то вони спостерігаються переважно у складі скорочення витратних статей операційної діяльності та підвищення показників оборотності та ефективності. Так, за узагальненими оцінками роботи торговельних мереж з успішно впровадженими проектами автоматизації транспортні витрати можуть скоротитися на 60%, витрати на адміністративно-управлінський персонал – на 30%, обсяг страхових запасів – на 40%, оборотність товарних запасів зростає на 50–65%.

Незважаючи на широке впровадження автоматизованих систем управління в торговельних мережах, однією з основних проблем автоматизації торгівлі самі ж торгові менеджери називають недостатню поінформованість про існуючі рішення в даній сфері, відсутність чітких критеріїв вибору систем. Як відомо, кошти в проект по автоматизації вкладаються чималі, проте досить часто впровадження системи не приносить бажаних вигод. Причиною цього в багатьох випадках виступає саме низький рівень компетентності представників компанії-впроваджувача.

Спробуємо виділити найбільш важливі критерії вибору системи управління торговельною мережею, що дозволить вже на стадії дослідження ринку чітко визначитися з пропозиціями, які дійсно максимально повно задовольняють потреби конкретної торговельної мережі.

Отже, при порівнянні систем необхідно звернути увагу на такі аспекти.

• Фактори, що стосуються розробника та постачальника:

– досвід роботи на українському ринку. Історія компанії-розробника, компанії-постачальника програмного забезпечення; кількість успішних впроваджень постачальником;

– рівень компетентності фахівців постачальника в предметній області бізнесу, знання моделі розрахунку вартості проекту, можливостей проведення бізнес-тренінгів, можливостей по супроводу та підтримки ПЗ, організації та управління проектом впровадження; спектр

додаткових послуг, які надаються компанією-постачальником програмного забезпечення;

– діяльність розробників відносно розвитку, модифікації програмного забезпечення. Гарантованість подальшої розробки і розвитку системи. Фактори, що відносяться до функціональних характеристик системи: завершеність розробки, функціональна повнота;

– масштабованість – можливості по нарощуванню функціоналу додаванням додаткових модулів, збереження потужних показників при розширенні масиву даних, збільшенні кількості користувачів, кількості оброблюваних документів; комплексність вирішення завдання;

– інтегрованість – можливість обміну даними з іншими програмами, експорту даних для їх подальшого аналізу;

– відкритість системи – система повинна бути побудована на відкритих стандартах і включати засоби розробки, що допоможе налаштувати її під потреби окремого підприємства;

– підтримка іноземних валют і курсів їх перерахунку;

– відповідність вимогам національного законодавства, оперативність обліку змін законодавчої та нормативної баз. Фактори, що відносяться до технічних характеристик системи, клас системи;

– платформа, на базі якої розроблено програмний продукт (система управління базами даних);

– висока продуктивність, ефективна обробка великих і інтенсивно зростаючих масивів даних; швидкодія (витрати часу на вирішення завдання користувача);

– рівень вимог до комплексу технічних засобів (обсяг пам'яті, швидкодія процесора, вільний простір на диску, ін.);

– ступінь і простота настройки; кількість користувачів; можливість роботи в мережі.

• Фактори, що стосуються складу системи:

– наявні модулі системи; набір звітів, що відображають стан складних взаємопов'язаних масивів даних;

– сфери використання (головні параметри: область і розмір підприємства, на які в більшій мірі зорієнтований даний програмний продукт); відповідність системи критеріям достатності та «ненадлишкових»;

– якість користувальницького інтерфейсу;

– трудомісткість освоєння користувачами.

• Фактори, що стосуються характеристик надійності системи:

– наявність засобів захисту від несанкціонованого доступу;

– контроль над правами доступу до системи і діями користувачів;

– надійність функціонування при безперервній цілодобовій роботі;

– можливість в реальному режимі часу відслідковувати стан елементів системи;

– можливість оптимального і оперативного поповнення товарних запасів;

– можливість швидко і гнучко делегувати права доступу користувачам системи.

При виборі системи автоматизації торговельної мережі до програмних продуктів слід висувати особливі вимоги. Серед них виділимо наступні:

– можливість ведення обліку в організації з різними формами торгівлі (роздрібною, оптово-роздрібною, оптовою) і схемами обліку;

– можливість обліку за купівельними цінами або цінами продажу для підприємств роздрібною або оптово-роздрібною торгівлі;

– ведення продажів та обліку за додатковими ознаками товару: сорт, розмір, вид;

– необхідність ведення повного обліку взаєморозрахунків з постачальниками, покупцями, комітентами і комісіонерами в розрізі договорів, які укладаються з конкретною фірмою і забезпечують правильне формування проводок за кожним типом договору;

– можливість ведення обліку договорів, в яких зазначаються дати початку та закінчення договору, валюта, загальна вартість, можливість віднесення послуг на витрати звернення або на собівартість, термін відстрочки платежу (якщо це необхідно) та додаткова інформація на розсуд замовника; забезпечення проведення повного складського обліку (інвентаризації, списання, переміщення між складами, між складом і торговим залом, переоцінки товарів);

– можливість вибору методу обліку товарних запасів;

– облік залишків товарів у відділах за цінами продажу;

– облік товару, який повертається покупцями; прогнозування попиту на основі кількісних розрахункових методик;

– автоматичне поповнення запасів за допомогою закладеної в програмі системи рішень про час і кількість товарів, що замовляються;

– цей блок завдань повинен включати планування асортименту за результатами аналізу рентабельних і неходових товарів, а також з урахуванням цін, умов та періодичності поставок, варіації попиту;

– комплекс показників ефективності управління товарним потоком;

– робота за програмами лояльності, маркетинговим заходам, підтримка дисконтних і кредитних карток.

Виходячи з перерахованих критеріїв, менеджер отримує можливість провести більш глибокий аналіз програмного продукту, а також постачальника і розробника системи автоматизації. Серед найбільш популярних систем, представлених на вітчизняному ринку програмного забезпечення, можна виділити наступні рішення для роздрібною торгівлі (табл. 1) – серед них продукти, розроблені виключно для торговельної галузі.

Слід зауважити, що частою практикою є використання в управлінні торговельними мережами програмних продуктів власної розробки.



Таблиця 1  
Вітчизняний ринок програмних продуктів  
для управління торговельними мережами

Назва програмного продукту	Розробник
<b>Українські</b>	
Акцент	Импакт
Виртуоз	Миратех
Ирбис-предприятие	SoftIrbis
Обік	Банкомсвязь
СВОЖ	КомПАС
Спрут	VIMAS Technologies
Торгинфо	Торгинформатика
ХІТ, Маркет+	ИКС-Маркет
Deloro	IDM
Fin Expert	Ксиком Софт
GrossBee	ГроссБі
Office Tools	GMS
<b>Російські</b>	
ІС-Предприятие	1 С
Босс	АЙТи
БЭСТ	Интеллект-Сервис
Галактика	Галактика
Парус	Парус
СУПЕРМАГ	Сервис Плюс
<b>Європейські</b>	
Advanced Store@Retail (AS@R)	NCR
Ахapta	Navision (Damgaard)
Baan	Baan
Concorde	Damgaard
IPS Applications	IPS
J.D Edwards EnterpriseOne	J.D Edwards EnterpriseOne
Max	Max
Oracle Applications	Oracle
Platinum	Platinum Software
R/3	SAP AG
Renaissance	Ross Systems
Scala	Scala
SunSystems	Systems Union

Так, наприклад, більшість програмних додатків, що використовуються на рівні управління магазинами торговельної мережі Auchan, розроблені саме працівниками даної торговельної мережі та мають виключно французькі назви.

**Висновки.** Таким чином, ми розглянули лише один з аспектів автоматизації – процес вибору засобу, що дозволяє вирішити поставлені керівництвом торговельної мережі завдання. Однак саме на підготовчому етапі впровадження системи та реорганізації бізнес-процесів торговельної мережі найбільш важлива правильна розстановка акцентів, що дозволить уникнути помилок надалі, яка і буде розглянута в подальших дослідженнях.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Денисенко М.П., Колос І.В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М.П. Денисенко, І.В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – № 7. – С. 19–24.
2. Балабанова Л.В., Алачева Т.И. Информационное обеспечение обоснования управленческих решений в условиях маркетинговой ориентации предприятия: [монографія] / Л.В. Балабанова, Т.И. Алачева. – Донецьк: ДонГУЭТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. – 143 с.
3. Годин В.В., Корнеев И.К. Информационное обеспечение управленческой деятельности: [учебник] / В.В. Годин, И.К. Корнеев. – М.: Мастерство; Высшая школа, 2001. – 240 с.
4. Тарасюк М.В. Контролінг в управлінні торговельними мережами: теорія, методологія, практика: [монографія] / М.В. Тарасюк. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 548 с.
5. Кошеев А. Дж., Альборов А.С.А. Методические подходы информационного обеспечения разработки стратегии управления предприятием А.Дж. Кошеев, А.С. Альборов // TERRA ECONOMICUS. – 2011. – № 4. – Ч.3. – Т. 9. – С. 91–94.
6. Christof Ebert (2009). Software Product Management in: Crosstalk, Vol. 22, № 1, pp. 15-19, Jan. 2009.
7. Васильевич Е. Обзор программ автоматизации в розничной торговле: Матеріали Internet. – [http://www.prostobiz.ua/biznes/chp\\_na\\_zametku/stati/obzor\\_programm\\_avtomatizatsii\\_v\\_rozничной\\_torgovle](http://www.prostobiz.ua/biznes/chp_na_zametku/stati/obzor_programm_avtomatizatsii_v_rozничной_torgovle)