



Текст: Петр Супонев

Автоматизация торговли: **ПУСТЬ СЧИТАЮТ МАШИНЫ**



Есть немало путей, позволяющих повысить прибыльность розничного магазина. Один из наиболее перспективных – установить автоматизированную систему управления и учета



Программы «для взрослых»

Внедрение системы автоматизации – веха, свидетельствующая о зрелости торгового бизнеса. Обычно этот вопрос встает в полный рост тогда, когда в связи с ростом ассортимента или расширением торговых площадей возрастает количество ошибок при оформлении товара. В случае если сделано правильно, приобщившись к современным информационным технологиям, можно не только исключить эти опасные «проколы», но и повысить прибыльность предприятия.

– В условиях высокой конкуренции установить автоматизированную систему управления и учета решают даже владельцы совсем небольших магазинов: чтобы все было, «как в супермаркете», – говорит **Михаил Раводин**, генеральный директор **Агентства по разработке бизнес-технологий (АРБТ)**. – Реально эта мера помогает розничным точкам, товарная номенклатура которых достигает 2,5 тыс. единиц, а площадь – 100-150 кв. м. А торговым предприятиям, ассортимент которых превышает 10 тыс. позиций, а площадь – 200 кв. м, без автоматизации просто не обойтись.

Вложения в автоматизированные торговые системы дают владельцу магазина целый ряд практических выгод.

Во-первых, он и его менеджеры могут оценивать, какие продукты покидают полки быстрее. Эта статистика позволяет компании лучше формировать ассортимент, повышать долю ходовых товаров. А в конечном итоге – эффективнее использовать оборотные средства, торговые и складские помещения.

Во-вторых, в магазине, где торговля автоматизирована, операции становятся полностью прозрачными. И редко у кого из недобросовестных продавцов возникает даже мысль торговать «в обход кассы».

По мнению **Руслана Жилиева**, ведущего специалиста департамента розничной торговли компании «**1С-Рарус**», одна из главных причин, по которым внедряют системы автоматизации магазины с высоким товарооборотом, – желание повысить оперативность работы.

Автоматизация обязательна и в случае расширения бизнеса, когда у предпринимателя появляется несколько торговых точек, а следовательно,

необходимость консолидировать данные о продажах в едином центре.

«Железо» дороже интеллекта

Стоимость системы автоматизации складывается из трех основных частей. Первая – это всевозможная аппаратура: кассовые аппараты, декодеры, компьютеры. Вторая – специализированное программное обеспечение. И третья – интеллектуальная составляющая, труд специалиста-внедренца.

Обычно 70-80% общего бюджета проекта занимает покупка аппаратуры, 20-30% – программное обеспечение. Что касается стоимости внедрения системы, то она меньше 10% всех расходов на автоматизацию. Что разительно отличает Россию от Западной Европы, где все три составляющие проекта примерно равны по затратам.

Существует несколько возможных стратегий внедрения системы автоматизации.

– Предприниматель может начать с изучения опыта коллег, – предлагает Михаил Раводин. – Найдите магазин, похожий на ваш собственный, но с уже установленной автоматизированной системой, и присмотритесь

Третий, и наиболее рискованный, вариант – обратиться в незнакомую фирму. В этом случае есть большой риск связаться с недобросовестной компанией, которая попытается продать как можно больше услуг, значительная часть которых вам совершенно не нужна.

По опыту специалистов, комплекс работ по автоматизации магазина занимает обычно от двух недель до двух месяцев. Однако с момента принятия решения об автоматизации до начала работы по новой схеме проходит полгода-год.

Утром – софт, вечером – компьютеры

Процесс автоматизации начинается с выбора программного обеспечения. А затем под него подбирается оборудование. Иначе может оказаться, что вы просто не найдете софт, совместимый с закупленным опрометчиво «железом».

Рынок программного обеспечения для розничных предприятий предлагает сегодня великое множество систем. Есть и универсальные решения, и отраслевые, «заточенные» специально под определенный вид розничной торговли.

Обычно 70-80% общего бюджета проекта занимает покупка аппаратуры, 20-30% – программное обеспечение. Что касается стоимости внедрения системы, то она меньше 10% всех расходов на автоматизацию

к его работе, пообщайтесь с его менеджерами, продавцами. Подобный вариант позволит лучше понять, к чему стремиться, чего ожидать от внедрения. К тому же в этом случае коллеги смогут вам посоветовать надежных подрядчиков или, наоборот, предостеречь от общения с недобросовестными компаниями.

Второй вариант – выбрать оптимальное программное обеспечение и оборудование на одной из специализированных выставок, таких, как, например, Softool или «Торговля и склад». Это позволит познакомиться сразу со множеством потенциальных подрядчиков, увидеть новинки в отрасли, пообщаться с такими же предпринимателями – гостями выставки.

Условно рынок можно поделить на две части – программы «1С» и все остальные.

Фирма «1С» считается абсолютным лидером по количеству внедренных решений. Ее системы на базе платформы «1С:Предприятие 7.7» и «1С:Предприятие 8.0» являются своеобразными стандартами де-факто на рынке России. По разным оценкам, эта компания занимает от 70% до 80% рынка бухгалтерских и торговых систем.

Магазины для автоматизации своей работы чаще всего используют торговые системы «1С:Торговля и Склад», а также разработки партнеров фирмы «1С», например «1С-Рарус:Магазин». В основном программы от «1С» используются ⇒



в сегментах малого и среднего бизнеса. Однако зачастую их берут на вооружение крупные и средние компании.

На рынке известны также программы «Оборот+» от компании АРБТ, разработки компаний «Сервис +» и «Пилот».

Кроме того, есть ряд систем оперативного учета, которые предлагают разработчики, создававшие прежде софт для нужд бухгалтерии и кассовых аппаратов. В этом списке компании «Парус», БЭСТ.

Еще один сегмент программ – торгово-учетные модули в рамках больших ERP-систем, таких, как Microsoft Business Solutions-Navision SAP, BAAN. Они, как правило, являются комплексными торгово-финансово-учетными системами, в которые интегрированы все основные контуры управления предприятием: управленческий учет, финансы, склад, торговля, логистика и так далее. Заказчики подобных программ – крупные розничные сети,

супермаркеты, финансовые и промышленные структуры.

С прицелом на удачу

Вопреки расхожему мнению, отдачу от автоматизации просчитать довольно легко.

– Если система внедрена грамотно, то в магазине снижаются издержки на неликвидные товары, уменьшается количество «недоста». Бывает, что автоматизация позволяет сократить число рабочих мест. А в долго-сроч-

Автоматизация может окончиться неудачей по такой банальной причине, как низкая подготовка персонала. Например, не научили товароведа контролировать с помощью новой программы отпускные цены – и система «продает» товар ниже себестоимости. Поэтому важно не просто грамотно оборудовать магазин, но и уделить внимание обучению людей, которые будут работать с новым оборудованием

торговая система
ОБОРОТ+ АРБТ

- Автоматизация розничных магазинов "под ключ"
- Готовые решения для супермаркетов, минимаркетов и сферы услуг
- Автоматизация складского и финансового учёта

127065, г.Москва, Вадковский пер. д.18А
тел/факс: (095) 787-9285, 973-2371, 976-4923
<http://www.arbt.ru>, e-mail: oborot@arbt.ru

ной перспективе заметно вырастает ежедневная выручка, – отмечает Михаил Равадин.

От чего зависит успех такого проекта? По словам Равадина, 90% всех неудач связаны с человеческим фактором.

– Часто компания не понимает сама и не объясняет интеграторам свою цель, затевает автоматизацию ради автоматизации, – констатирует Михаил Равадин. – В результате она сталкивается с совершенно непредсказуемым результатом. К примеру, установка «интеллектуальных» кассовых аппаратов приводит через некоторое время к увеличению потока покупателей, которых обслуживает магазин. Чтобы избежать очередей, добавляются новые кассы и компьютеры на склад. А потом оказывается, что сервер недостаточно мощный, чтобы поддерживать всю эту систему. Так компания втягивается в нескончаемый процесс усовершенствований.

Автоматизация может окончиться неудачей и по такой банальной причине, как низкая подготовка персонала. Например, не научили товароведа контролировать с помощью новой программы отпускные цены – и система «продает» товар ниже себестоимости. Поэтому очень важно не просто грамотно оборудовать свой магазин, но и уделить должное внимание обучению людей, которые будут работать с новым оборудованием. □



Торговля матрёшками в электронную эру

Еще недавно магазин «Арбатская лавица» три-четыре дня каждый месяц был закрыт на учет. Автоматизация торговых процессов позволила полностью ликвидировать простои и повысить объемы продаж



ВИТАЛИЙ ОРЛОВ

Андрей Королев:
Теперь мы можем активнее управлять финансовыми потоками, а нашим клиентам стало комфортнее работать с нами

Качественнее, быстрее, прозрачнее

Как подсказывает название, магазин «Арбатская лавица» расположен на Старом Арбате, в самом центре Москвы. В ассортименте более 11 тыс. наименований традиционной русской сувенирной продукции: расписные глиняные и деревянные игрушки, кухонная утварь и многое другое. Формат

магазина традиционный: торговодемонстрационный зал с кассами в каждом отделе. Ежедневно здесь совершается около 300 покупок. Причем львиная доля товаров продается по договорам комиссии, заключенным более чем с 230 поставщиками – от крупных объединений до частных мастеров.

Предприятие, которое владеет «Арбатской лавицей», создано в начале 90-х годов. Модель торговли, принятая в нем за основу, по сути, не менялась до 2003 года. Ее главные минусы заключались в том, что по субботам и воскресеньям, когда на Арбат накатывают самые мощные волны туристов, кассиры не успевали быстро обслуживать всех желающих и у касс выстраивались очереди. А раз в месяц магазин на три-четыре дня закрывался на учет, что также сокращало доход от продаж.

Десять лет назад все это было нормой. Но сегодня конкуренция диктует совсем другие требования к организации бизнеса. Плюс ко всему, «Арбатскую лавицу» тяготили проблемы, свойственные всем магазинам комиссионной торговли: слишком много сил уходило на

зывает Людмила Королева. – Большинство продавцов, товароведов работают у нас со стародавних времен. Среди них не было никого, кто имел хотя бы минимальный опыт общения с компьютером.

Нужен переводчик с «компьютерного»

Найти подрядчика, способного предложить и грамотно установить подходящую систему автоматизации, Королевой удалось не сразу.

– Мы начали вести переговоры с несколькими компаниями – дистрибьюторами программ «1С», телефоны которых нашли в Интернете, – рассказывает Андрей Королев. – Их цены были схожими. Кроме этого, общим было и то, что все они стремились продать нам как можно больше услуг, не вникая глубоко в потребности именно нашего бизнеса и, соответственно, не понимая – нужны ли нам все эти услуги. Огорчало и то, что сотрудники компаний-автоматизаторов говорили с нами на «компьютерном» языке, которого мы не знали. Суть технических новшеств, которые они предлагали внедрить, была малопонятна.

Поиск партнера предприниматели продолжили на специализированных выставках. В итоге они остановились на компании «1С-Рарус». Руководство заранее поставило автоматизаторам условие: магазин не должен останавливаться ни на минуту, внедрение и обучение сотрудников нужно провести «на ходу».

– Наша совместная работа началась с изучения консультантами всех бизнес-процессов нашего магазина, разработки структуры будущей компьютерной системы, а также доработки стандартного программного обеспечения под наши нужды, – рассказывает Андрей Королев. – Для этого специалисты из «Раруса» в течение нескольких дней изучали нашу бух-

оформление расчетов с поставщиками и расчет уплачиваемых налогов. В итоге директор магазина **Людмила Королева** и заместитель директора **Андрей Королев** пришли к выводу: по-старому работать больше нельзя.

– Решение автоматизировать торговлю вызревало долго. Мы боялись, что наш коллектив не сможет адаптироваться к изменениям, – расска-

галтерию, наблюдали за работой магазина, общались с нами. В результате были выбраны программы «1С:Торговля и Склад», «1С:Бухгалтерия» и «1С-Рарус:Магазин».

Рабочие места сотрудников бухгалтерии и товароведов «Арбатской лавицы» были оборудованы персональными компьютерами,

старых сотрудников владельцы буквально заставляли учиться, угрожая принять по отношению к ним «жесткие административные меры». Однако справиться с сопротивлением удалось достаточно быстро: уже через месяц весь штат магазина, составляющий около тридцати человек, научился работать со «страшной» техникой.

Многих старых сотрудников владельцы буквально заставляли учиться, угрожая принять по отношению к ним «жесткие административные меры». Однако справиться с сопротивлением удалось достаточно быстро: уже через месяц весь штат магазина, составляющий около тридцати человек, научился работать со «страшной» техникой

подключенными к серверу. Рабочие места товароведов снабжены принтерами, распечатывающими этикетки со штрих-кодом. Места оплаты и оформления товаров оснащены компьютеризированными кассами (POS) на базе фискальных регистраторов, а также сканерами штрих-кодов.

Стоимость всего проекта составила около 200 тыс. руб. Однако общая сумма расходов оказалась выше. К большому огорчению руководства, купленные еще до начала сотрудничества с «1С-Рарус» кассовые аппараты не удалось подключить к созданной системе.

Новые технологии и старые люди

Выстроив систему автоматизации, консультанты приступили к работе с сотрудниками «Арбатской лавицы».

– Обучение проходило в два этапа, – рассказывает Людмила Королева. – Ключевые сотрудники – заведующий магазином и главный бухгалтер – прошли курс по работе с новой системой в специальном учебном центре «Раруса». Продавцы осваивали новые технологии непосредственно на рабочих местах. Консультанты работали с ними в прямом смысле слова «не отходя от кассы».

Серьезным препятствием для перехода на новую систему стал психологический барьер, чуть ли не страх перед компьютером. Многих

– Сейчас, когда мы почти год работаем по-новому, уже можно реально оценить все плюсы и минусы автоматизации, – говорит Людмила Королева. – К очевидным преимуществам можно отнести сокращение издержек. Мы стали видеть движение товара, контролировать товарные запасы. Мы подкорректировали свой ассортимент. Добавили новые позиции и сократили закупки менее популярной продукции.

– Раньше, из-за трудностей с оформлением товаров на комиссию, расчеты с поставщиками проводились бессистемно. Теперь же мы жестко регламентировали этот процесс: деньги выплачиваем по определенным дням, – добавляет Андрей Королев. – Таким образом, мы можем активнее управлять своими финансовыми потоками. А нашим клиентам стало значительно комфортнее работать с нами. На учет магазин больше не закрывается. Мы проводим его всего за один-два дня, не прекращая продаж, за счет чего увеличивается ежемесячная выручка.

Заметно ускорилось оформление покупок. Если раньше покупатели могли расплатиться за товар только в том отделе, где он был выставлен, то теперь это можно сделать в любой из пяти компьютеризированных касс. Очередей в магазине «Арбатская лавица» больше не бывает. □



В НОМЕРЕ:

ЛУЧШИЕ КАРМАННЫЕ КОМПЬЮТЕРЫ
Тестирование Hi-End моделей

ВЫБИРАЕМ УЛЬТРАПОРТАТИВНЫЙ НОУТБУК

ШАГ ЗА ШАГОМ
• Презентации PowerPoint на Pocket PC
• ICQ для Sony Ericsson P800/P900

ОБМЕН ОПЫТОМ
• Синхронизируемся через Bluetooth
• Определяем срок службы аккумулятора