

УДК 339.37

А. П. Гуменников (gumennikov@tut.by),
ст. преподаватель
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республике Беларусь

**ЛОГИСТИКА И АВТОМАТИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ
КАК ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ
И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Развитие управления логистикой в организации и уровень автоматизации технологических процессов оказывают влияние на небольшое количество элементов качества торгового обслуживания, однако значимость данных элементов достаточно высока для большей части покупателей. В системе потребительской кооперации есть возмож-

ность не только улучшить качество торгового обслуживания за счет организации логистики и повышения уровня автоматизации торгово-технологических процессов, но и выровнять свое положение относительно конкурентов.

The development of logistics management in the organization and the level of automation of technological processes affects a small number of elements of quality of trade services, however the significance of these elements is high enough for the majority of buyers. In the system of consumer cooperation, there are reserves not only to improve the quality of trade services through the organization of logistics and increasing the level of automation of trade and technological processes, but also to level the competitive situation.

Ключевые слова: качество торгового обслуживания; субъективные факторы качества торгового обслуживания; логистика; автоматизация торгово-технологических процессов; потребительская кооперация.

Key words: quality of trade services; subjective factors of quality of trade service; logistics; automation of trade and technological processes; consumer cooperation.

Одной из важных проблем обеспечения конкурентоспособности торговых организаций и предприятий потребительской кооперации является обеспечение высокого качества торгового обслуживания в объектах розничной торговли. На качество торгового обслуживания в торговых объектах системы потребительской кооперации оказывают влияние многие факторы как объективного, так и субъективного характера [1, с. 56–57]. При управлении качеством обслуживания особое внимание должно быть уделено именно субъективным факторам, влияние которых можно корректировать. Среди субъективных факторов можно выделить организацию логистики в торговых организациях и уровень автоматизации торгово-технологических процессов.

Элементы качества торгового обслуживания в торговых объектах, на которые оказывают влияние организация логистики и автоматизация торгово-технологических процессов, представлены в таблице.

Влияние на элементы качества торгового обслуживания в розничном торговом объекте уровня логистики в торговой организации и автоматизации торгово-технологических процессов

Элементы качества торгового обслуживания	Влияние на элемент уровня логистики в организации	Влияние на элемент автоматизации технологических процессов
1. Наличие широкого ассортимента товаров	Сильное влияние	Сильное влияние
2. Ценовая доступность товаров	Сильное влияние	Среднее влияние
3. Отсутствие в магазине очередей на ожидание обслуживания	Влияние отсутствует	Сильное влияние
4. Высокая скорость обслуживания (продавцом, кассиром и т. д.)	Влияние отсутствует	Сильное влияние
5. Соответствие режима работы магазина потребностям покупателей	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
6. Широкое использование средств внутримагазинной информации покупателей (указатели отделов, секций, схемы, радио)	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
7. Применение прогрессивных методов продажи	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
8. Предоставление покупателям дополнительных услуг	Среднее влияние	Слабое влияние
9. Умение продавца полно и быстро ответить на вопросы покупателей	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
10. Вежливое, внимательное отношение персонала магазина к покупателям	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
11. Внешний вид продавцов, наличие специальной форменной одежды	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
12. Соблюдение установленного порядка продажи и правил торговли	Влияние отсутствует	Среднее влияние
13. Эффективная выкладка товаров	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
14. Санитарное состояние территории, прилегающей к магазину	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
15. Санитарное состояние магазина	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
16. Отсутствие посторонних неприятных запахов в магазине	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
17. Отсутствие шумов, наличие музыки в магазине	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
18. Соответствие предпочтениям покупателей эстетического оформления прилегающей к магазину территории	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует
19. Соответствие предпочтениям покупателей эстетического оформления торгового зала и экстерьера магазина	Влияние отсутствует	Влияние отсутствует

Результативное управление логистикой в организации позволяет обеспечивать поставку необходимых товаров в торговые объекты точно в срок и с минимальными совокупными расходами, что благоприятно отражается как на ассортименте товаров в магазинах, так и на затратах, которые позволят более гибко изменять цены на товары, сделать их более доступными для сельских жителей. Также эффективная логистика в организации позволит организовывать дополнительные услуги покупателям по доступным ценам.

Автоматизация торгово-технологических процессов позволяет облегчить оценку качества торгового обслуживания, сделать ее более своевременной и объективной, а также оказывает значительное влияние на отдельные элементы качества торгового обслуживания:

- на уровень работы по формированию и управлению ассортиментом товаров в торговых объектах, так как позволяет осуществлять более глубокое управление на уровне каждой ассортиментной категории или отдельных позиций ассортимента, в том числе отслеживать запасы и прогнозировать объем продаж;

- на ценовую доступность товаров, так как, снижая потребность в персонале для осуществления учетных операций в торговых объектах автоматизация, способствует снижению затрат на оплату труда, что позволяет снизить цену на реализуемые товары в магазинах;

- на время ввода информации о товаре и расчет общей стоимости покупки, что позволяет минимизировать время на расчетные операции для каждого покупателя и повысит скорость их обслуживания;

- на степень вероятности образования очередей за счет увеличения производительности узлов расчета, что благоприятно отражается на времени ожидания покупателями расчета за покупку;

- на количество предоставляемых покупателям дополнительных услуг за счет использования информационных технологий, например, получение онлайн-заказов от покупателей, сообщение им о новых товарах, обеспечение обратной связи с ними;

- на соблюдение установленного порядка продажи и правил торговли, так как практически любая торговая автоматизированная система имеет инструменты отслеживания сроков годности на товары в торговом зале магазина или в складских помещениях. Также следует учитывать, что расчеты для покупателей на кассах становятся более наглядными, при этом практически исключаются ошибки кассиров, а возможности злоупотреблений при осуществлении расчетов существенно ограничиваются.

В целом, несмотря на то, что организация логистики и уровень автоматизации технологических процессов оказывают влияние на небольшое количество элементов качества торгового обслуживания, значимость данных элементов достаточно высока для значительной части покупателей. Кроме этого, эффективная логистика и использование современных компьютерных информационных технологий в управлении торговыми организациями позволяет получить существенные преимущества в конкуренции по другим аспектам рыночной борьбы.

Несмотря на высокую значимость организации логистики и автоматизации торгово-технологических процессов для формирования необходимого уровня качества торгового обслуживания в торговых объектах проблемы управления ими в системе потребительской кооперации и в объектах наиболее значимых для нее конкурентов решаются по-разному. Так, в аппарате управления Белкоопсоюза отсутствует единое управление логистикой в потребительской кооперации (на уровне управления, сектора или отдела Белкоопсоюза), а управление информационными технологиями в целом осуществляет сектор по автоматизированной системе управления. В ООО «Евроторг», например, данные задачи решаются на высшем уровне управления в организации и возложены на директоров по логистике и информационным технологиям. Следовательно, вопросы логистики и автоматизации у конкурентов имеют более высокий приоритет в управлении наряду с коммерческими вопросами, вопросами маркетинга, финансов, инвестиций, безопасности и т. д.

Оценим общее развитие организации логистики и уровня автоматизации торгово-технологических процессов в системе потребительской кооперации и ее основного конкурента.

Наиболее актуальная оценка уровня автоматизации бизнес-процессов в системе потребительской кооперации была дана на собрании Правления Белкоопсоюза в мае 2018 г. – уровень автоматизации признан недостаточным [2, с. 1]. Всего на май 2018 г. в системе потребительской кооперации автоматизировано более 540 магазинов (6,4% общего количества), система испытывает трудности с полноценным вводом в эксплуатацию единой информационной платформы на базе SAP [2, с. 1]. По некоторым регионам уровень автоматизации магазинов потребительской кооперации ниже 5%, при этом автоматизированные магазины располагаются толь-

ко в районных центрах или крупных населенных пунктах. В целом, особенности размещения торговой сети потребительской кооперации, ее измельченность, кадровые, организационные и финансовые проблемы не позволяют обеспечить высокий уровень автоматизации торговых объектов.

Несмотря на то, что система потребительской кооперации не осуществляет свою работу на принципах сетевой торговой организации, функции закупки определенных товаров и организации снабжения ими возложены на торговое унитарное предприятие «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза», на базе которого создан оптово-логистический центр. Во многих районах существуют распределительные склады райпо или филиалов облпо, которые участвуют в системе распределения товаров по торговым объектам, в системе используются и более крупные склады. Однако единое управление логистикой в системе потребительской кооперации, учитывающей интересы всех участников, не осуществляется.

В конкурирующих с потребительской кооперацией торговых организациях автоматизации бизнес-процессов и торгово-технологических операций уделяется повышенное внимание. Так, ООО «Евроторг», имея более 600 торговых объектов (минимаркетов, супермаркетов и гипермаркетов, а также магазинов формата Cash&Carry) [3], обеспечивает в каждом из них работу автоматизированных систем. На 1 июля 2018 г. торговая сеть «Евроопт» насчитывала 48 автомагазинов в 17 районах Республики Беларусь, причем в каждом из них при продаже используются автоматизированные системы с поддержкой дисконтных программ, а в зоне действия связи GSM оборудование автомагазина позволяет оплачивать покупки с помощью банковских платежных карт. Таким образом, ООО «Евроторг» обеспечил автоматизацию всех своих торговых объектов, что дает ему преимущество относительно потребительской кооперации.

Компания ООО «Евроторг» организовала логистическую систему доставки товаров из собственных логистических центров. Так, логистический центр в Минске начал первые отгрузки в 2010 г. Региональный логистический центр в Барановичах был введен в эксплуатацию в конце 2013 г. и ежедневно принимает порядка 50 фур, общая площадь всех помещений логистического центра превышает 24 тыс. м², объем хранения – 26 тысяч палетомест [4]. Торговая организация располагает собственным автопарком, подвижной состав которого представлен современными грузовыми автомобилями (Scania, Mercedes-Benz, Volvo, MAN, MAZ, Iveco, Renault, DAF) с рефрижераторными и изотермическими фургонами, способными перевозить от 3,5 до 20 т, с объемом грузового отсека от 16 м³ до 82 м³, средний возраст автопарка – до 3 лет.

Анализ показывает, что у системы потребительской кооперации имеются резервы повышения эффективности деятельности. Так, в области логистики возможны следующие перспективные направления:

- признать логистику стратегическим направлением, обеспечивающим развитие потребительской кооперации; на уровне Белкоопсоюза следует сформировать отдел или управление логистики, на более низких уровнях управления – отделы или включать специалистов по логистике в штат каждой организации;
- разработать концепцию развития логистики в системе потребительской кооперации;
- подчинить всех участников логистической системы потребительской кооперации единому органу управления, осуществляющему свои функции на принципах сетевой торговой организации.

В целом, в связи с изменившимися условиями работы (уменьшение количества магазинов, увеличение нестационарной торговой сети, изменение структуры и объемов поставок товаров через распределительные склады) возникла необходимость корректировки роли и оптимизации складских мощностей потребительской кооперации. Так, в мировой практике один распределительный центр обслуживает в среднем 55 магазинов, но эта цифра может быть и значительно выше [5, с. 304]. Целесообразно провести оценку использования автомобильного транспорта и оптимизацию графиков и маршрутов товароснабжения.

В области автоматизации торгово-технологических процессов перспективными направлениями развития потребительской кооперации являются:

- признать автоматизацию стратегическим направлением, обеспечивающим развитие потребительской кооперации. Произвести реформирование сектора по автоматизированной системе управления в отдел или управление автоматизации (информационных технологий) на уровне Белкоопсоюза и более низких уровнях управления;

- доработать функциональную часть единой информационной платформы на базе SAP, которая предоставит новые возможности для высшего менеджмента потребительской кооперации в осуществлении контроля и управлении системой;

- обеспечить функционирование единых баз нормативно-справочной информации для всей системы потребительской кооперации (в настоящее время отсутствие таких информационных баз является существенным препятствием в обеспечении единства управления и получении отчетности на уровне Белкоопсоюза);

- организовать в автоматизированных магазинах поддержку программ лояльности (дисконтных карт) для всех держателей этих карт, вне зависимости от региона их проживания;

- в полной мере использовать возможности электронного документооборота (EDI) со всеми участниками логистической системы.

Таким образом, в системе потребительской кооперации есть резервы не только повысить качество торгового обслуживания за счет организации логистики и увеличения уровня автоматизации торгово-технологических процессов, но и выровнять свое положение относительно конкурентов.

Список использованной литературы

1. **Гуменников, А. П.** Факторы, влияющие на качество торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь / А. П. Гуменников // Проблемы социально-ориентированного инновационного развития белорусского общества и профсоюзы : материалы XXI Междунар. научно-практ. конференции, г. Гомель, 24 февраля 2017 г. / Гомельский филиал Международного университета «МИТСО» ; под общ. ред. С. И. Ляха. – Минск : Право и экономика, 2017. – С. 56–58.

2. **О ходе** автоматизации бизнес-процессов в системе потребительской кооперации : постановление Правления Белкоопсоюза от 11 мая 2018 г. № 7. – Минск : Белкоопсоюз. – 3 с.

3. **«Евроопт»** открыл свой 600-й торговый объект // Портал газеты «СБ. Беларусь Сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.sb.by/articles/evroopt-otkryl-svoy-600-y-torgovyy-obekt.html>. – Загл. с экрана. – Дата доступа : 18.06.2018.

4. **«Евроопт»** показал склады: в Барановичах открылся логистический комплекс торговой сети // Портал «TUT.BY» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news.tut.by/amp/economics/383449.html>. – Загл. с экрана. – Дата доступа : 04.09.2018.

5. **Современная** логистика : [пер. с англ.]. – 7-е изд. / Дж. Джонсон [и др.]. – М. : Вильямс, 2002. – 624 с.