

“ Автоматизация операций
в розничной торговле
— это де-факто стандарт.

Александр Славгородский, заместитель генерального директора по информационным технологиям и инновациям сети универсальных магазинов «Покупочка», поделился своими впечатлениями о внедрении [«Mobile SMARTS: Магазин 15»](#).

О СЕТИ «ПОКУПОЧКА»

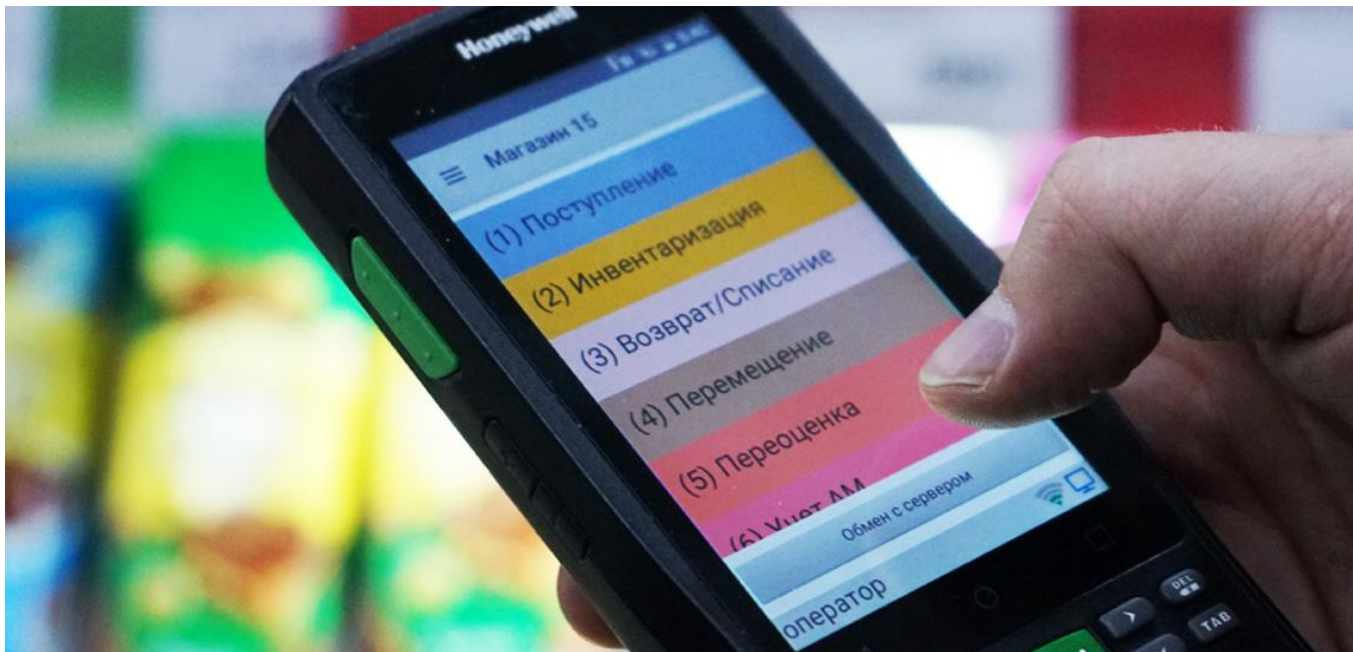
Мы представлены в крупнейших областях Южного федерального округа (ЮФО). Основной локацией для нас является Волгоград, здесь находятся центральный офис и распределительный центр компании. Общее количество магазинов на данный момент 294. Магазины сети «Покупочка» имеют формата «у дома» – торговые площади от 300 до 700 квадратных метров.

ЦЕЛЬ АВТОМАТИЗАЦИИ

Автоматизация операций в розничной сетевой торговле – это де-факто стандарт. К этому стремится вся отрасль, мы в этом смысле не исключение. Использование терминалов сбора данных (ТСД), как устройств, помогающих автоматизировать основные розничные процессы, для нас не новая идея и мы её давно развивали.

Цели автоматизации розничных операций исходят из двух источников. Первый – это повышение внутренней эффективности компании, то есть улучшение качества выполнения бизнес-процессов. Второй – это повышающиеся с каждым годом требования государства как регулятора товарного оборота и введение обязательной маркировки для различных товарных групп.

Для нас основная цель – это увеличение степени автоматизации в процессах. С одной стороны помочь персоналу выполнить больше операций, а с другой – повысить контролируемость и управляемость этих процессов. У нас широкая география расположения магазинов сети. Контролировать такое количество удаленных магазинов достаточно тяжело и инструменты автоматизированного контроля для этого просто необходимы.



Основное меню программы «Mobile SMARTS: Магазин 15».

ПРО ТЕРМИНАЛЫ СБОРА ДАННЫХ

Для конечного пользователя важно несколько вещей: чтобы терминал комфортно сидел в руке и был удобен, был крепок к внешним воздействиям, которые для розничного магазина не редкость. Программное обеспечение, которое на нём установлено, должно быть дружелюбно и понятно, чтобы с ним было просто работать.

Мы используем терминалы двух брендов: Honeywell и Zebra. Устройство, которое участвовало в старте проекта, был терминал Zebra MC 2180. Мы выбрали его за небольшой вес и эргономичность. Со временем мы активно наращивали количество операций, в том числе с маркированным товаром. И нам понадобилось более современное устройство с 2D-сканером. После повторного анализа рынка мы выбрали Honeywell ScanPal EDA50K.



[Готовые комплекты с Honeywell ScanPal EDA50K](#)

ПРО ВЫБОР РЕШЕНИЯ

В 2016 году мы столкнулись с тем, что функционал используемой нами платформы для автоматизации стал для нас некоторым ограничением в развитии. Мы запустили процесс поиска новой платформы и в результате выбрали «Mobile SMARTS: Магазин 15» от компании «Клеверенс». Функционал, который там присутствовал по умолчанию, максимально подходил нам без каких-то радикальных изменений.

Ещё немаловажным моментом, который перевесил выбор в сторону этого решения, было то, что платформа, на которой оно сделано, открыта и готова к доработкам. При этом свобода выбора метода доработок: собственными силами или силами «Клеверенс», тоже положительно повлияла на выбор.

До этого мы имели опыт негативного использования закрытого решения, стоимость доработки которого была достаточно высока, поэтому мы больше не хотели повторять этот печальный для нас опыт.



В «Mobile SMARTS: Магазин 15» поддерживается учёт алкогольной продукции по правилам ЕГАИС.

ПРО ИНТЕГРАЦИЮ

Мы используем учётную систему на базе платформы «1С» – «Астор: Торговый дом 7». Соответственно, в коробочной версии «Магазина 15» присутствовала интеграция не только универсальная для «1С», которую там бы требовалось дорабатывать, а даже конкретное решение под наш программный продукт.

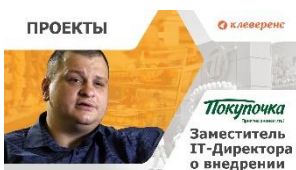
Мы запускали проект на процессах приёмки товара, инвентаризации в торговом зале и проверки и печати ценников. После этого всё развитие шло в направлении расширения функционала локальных инвентаризаций и настройки процесса приёмки маркированной продукции.

О «КЛЕВЕРЕНС»

Компания как партнёр зарекомендовал себя очень хорошо. На всех этапах взаимодействия мы находим адекватный отклик как на уровне взаимодействия между руководителями для решения каких-то стратегических вопросов, так и на уровне ребят, которые с нашей стороны поддерживают продукт и используют поддержку «Клеверенс» как экспертную.

Хотелось бы, чтобы компания «Клеверенс» продолжала свое развитие в тех же направлениях, в которых она идёт и сейчас – не только в технологических платформах, но и в своей клиентоориентированности. В данный момент партнёрство с «Клеверенс» для нас является стратегическим.

СМОТРИТЕ ТАКЖЕ



[Видео: Интервью
Зам. ИТ-директора](#)



[Видео: Помарочная
приёмка алкоголь-
ной продукции](#)



[Проект: Приёмка то-
варов без сюрпризов](#)



[Проект: Всегда вер-
ные цены – это
просто!](#)