

Внедрение цифровых технологий в деятельность малого предприятия на примере предприятия пищевой промышленности

Научный руководитель – Широкова Светлана Владимировна

Карих Анна Владимировна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Инженерно-экономический институт, Информационные системы в экономике и менеджменте, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: annakarikh@gmail.com

Благодаря всё большему использованию цифровых технологий и интернет-технологий для более эффективного управления бизнесом появляются новые возможности, методологии и инструменты для повышения конкурентоспособности, в том числе и малых предприятий. Для малого предприятия необходимым и актуальным становится внедрение элементов электронного бизнеса. Становится очень актуальным высказывание Билла Гейтса: «Если вас не в интернете, значит, вы не существуете», так как многие покупки совершаются как раз через интернет. Для вновь создаваемого предприятия был разработан бизнес-план. В данном тезисе приведена краткая информация по внедрению CRM, 1С и открытию интернет-магазина для предприятия по производству творога с банановой начинкой. [1]

Первым шагом были проанализированы существующие CRM-системы и выбрана самая подходящая в соответствии со спецификой работы предприятия. [2] Ей оказалась система «Трактирь». Данная CRM создана специалистами группы компаний «СофтБаланс». Самым главным достоинством явилось то, что данная компания занимается вопросами автоматизации ресторанов, кафе, баров и других предприятий общепита с 1998 года, то есть они имеют большой опыт, связанный со спецификой работы в пищевой промышленности. [7]

Выбранная CRM имеет несколько подходов к планированию, такие как ретроспективный, показанное планирование и комбинированный метод, а также собственную систему электронного документооборота. Помимо этого, её можно адаптировать под потребности бизнеса. Последняя характеристика очень важна при выборе CRM, так как это позволяет не разочароваться в сделанном выборе. CRM «Трактирь» создана для потребностей пищевой промышленности, поэтому это лучший вариант для малого предприятия по сравнению с остальными существующими CRM. Также очень удобно выполнен раздел с взаиморасчётами, с использованием таблиц, которые наглядно показывают, когда предстоят расчёты с поставщиками, какая сумма требуется для погашения текущей задолженности и индивидуальные договорённости с каждым поставщиком и покупателем.

Что касается системы электронного документооборота, то система «Трактирь» имеет собственную СЭД. [3] Это позволяет сэкономить время бухгалтера на работу с документами, а также время остальных сотрудников предприятия, которое, до внедрения СЭД они тратили на перемещение документов между кабинетами и согласование их с руководством. Также позволяет упростить многие процессы взаимодействия сотрудников, а главное, не привязывает их к офису и местоположению, главное - наличие интернета. [8]

Компания «СофтБаланс» является http://sb-vnedr.ru/about/our_statuses/our_status.php в областях: ERP, производства, строительства, торговли, бюджетного учета, медицины, образования, документооборота. [6] Статусы <http://sb-vnedr.ru/service/support/>, <http://1c-open.ru/> и <http://www.softbalance.ru/content/about/quality/> гарантируют высокий уровень поддержки пользователей. [7] Это позволило внедрить 1С:Предприятие и облегчить работу бухгалтерам при ведении учёта, а также повысило эффективность при работе с ресурсами, имеющимися в запасе и с планируемыми к покупке.

Следующим шагом было создание интернет-магазина. По итогам выбора среди таких платформ по созданию сайтов, как Битрикс24, Tilda, Wix и WordPress, был выбран конструктор сайтов Tilda. Среди всех вышеперечисленных платформ данный сайт обладает такими преимуществами, как:

- наличие готовых блоков для создания сайта;
- наличие редактора для веб-дизайна Tilda Zero Block, которая позволяет выйти за рамки готовых шаблонов и воплотить идею в реальности;
- возможность подключить CRM систему;
- приём платежей через многие популярные сервисы;
- возможность подключения собственных шрифтов;
- готовые блоки сделаны таким образом, что роботам поисковых сервисов очень легко считать их, что это положительно сказывается на SEO.

Через некоторое время после создания, в интернет-магазине стал доступен к заказу не только творог с бананом. Появилась возможность заказать отдельно творог, и отдельно джем с бананом. Такая функция появилась специально для тех, кому понравился творог, но не совсем понравился джем и наоборот. Помимо этого, было решено продавать различные начинки к творогу, такие как мёд, клубничное варенье, смесь орехов и сметану, что приведёт к увеличению количества заказов, так как охватывает большее количество предпочтений потребителей. Продажа сметаны позволяет эффективнее использовать задействованные производственные мощности предприятия путём появления нового канала сбыта сметаны, образовавшейся после производства творога.

Рассмотрим интернет-стратегию продвижения данного интернет-магазина. [4] Первым шагом было применено SEO. Это оптимизация сайта для поисковых роботов поисковых систем Google и Яндекс. Этот шаг помог повысить занимаемую позицию в поисковиках при различных запросах пользователей. Помимо этого были созданы страницы компании в соцсетях, использована реклама сайта в соцсетях Вконтакте и Facebook, а также реклама на поиске в Яндексе и Google. [5]

Также на сайте было решено вести блог о твороге и его полезных свойствах, бананах и других представленных на сайте начинках. Была написана статья «С чем едят творог», это позволило привлечь ещё больше потенциальных покупателей, не тратя на это рекламный бюджет.

Таким образом, удалось привлечь новую аудиторию, облегчить работу сотрудникам предприятия и сделать прозрачными и понятными многие внутренние процессы на предприятии. Внедрение CRM-системы стало большим шагом на пути кастомизации производства, так как теперь все предпочтения покупателей, их обратная связь стали доступнее и нагляднее для руководства предприятия. А это позволило продать больше продукции и не затеряться среди остальных производителей творога, что укрепило конкурентную позицию предприятия.

Данная работа имеет практическую значимость для малого производственного предприятия пищевой промышленности. Результаты работы использованы в деятельности предприятия. Кроме того, данные рекомендации, сформированные в работе могут быть использованы для аналогичных компаний.

Источники и литература

- 1) 1. Волкова В.Н. Информационные системы в экономике: учебник для академического бакалавриата / В.Н. Волкова, В.Н. Юрьев, С.В. Широкова [и др.]; под ред. В.Н. Волковой, В.Н. Юрьева. М.: Издательство Юрайт, 2018. 402 с.
- 2) 2. Волкова В.Н., Горелова Г.В., Ефремов А.А., Кирсяев А.Н., Логинова А.В., Паклин Н.Б., Станкевич Л.А., Холодных П.В., Широкова С.В. Моделирование систем и процессов. Практикум Учебное пособие / Москва, 2018. Сер. 58 Бакалавр. Академический курс (1-е изд.)
- 3) 3. Волкова В.Н., Юрьев В.Н., Широкова С.В., Логинова А.В. Информационные системы в экономике Учебник / Москва, 2018. Сер. 73 Бакалавр и специалист (1-е изд.)
- 4) 4. Ильин И.В., Широкова С.В., Дробышевский К.С. Электронный бизнес. Электронная коммерция Санкт-Петербург, 2017.
- 5) 5. Ильин И.В., Широкова С.В., Лёвина А.И., Ильяшенко О.Ю. Управление информационно-технологическими проектами, Санкт-Петербург, 2017.
- 6) 6. Ilin I.V., Levina A.I., Shirokova S.V., Ilyashenko O.Yu., Dubgorn A.S. Enterprise architecture: interdisciplinary case study study guide / Санкт-Петербург, 2017.
- 7) 7. Автоматизация производства https://traktir.ru/automation/automation_manufacture/
- 8) 8. О нас <https://traktir.ru/about/>