

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ

Централизованное хранилище данных
о товарах поставщиков

Проблема

Актуальной *проблемой* современного оптового книжного бизнеса является чрезвычайная *неэффективность* поиска и выбора необходимой литературы. Несмотря на серьезные достижения в сфере информационных технологий деятельность покупателя до сих пор сводится к *сканированию* сети интернет для получения прайсов поставщиков, *скачиванию* их целиком, *выборке* нужных товаров (через магическое сочетание Ctrl+F), *сравнению* их по цене и другим параметрам, *выяснению* их наличия у поставщика и, наконец, к *формированию* заявок на приобретение товара у каждого из поставщиков (рис. 1). Поскольку этот процесс очень трудоемок и практически целиком зависит от человеческого фактора, в результате получаются колоссальные издержки.

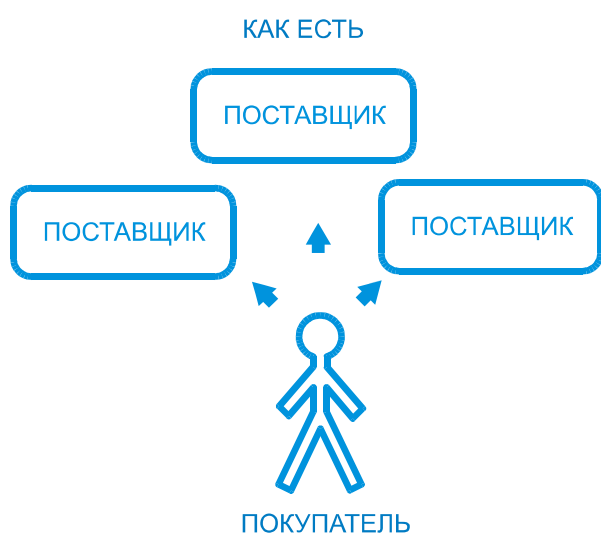


Рис. 1. Схема работы покупателя

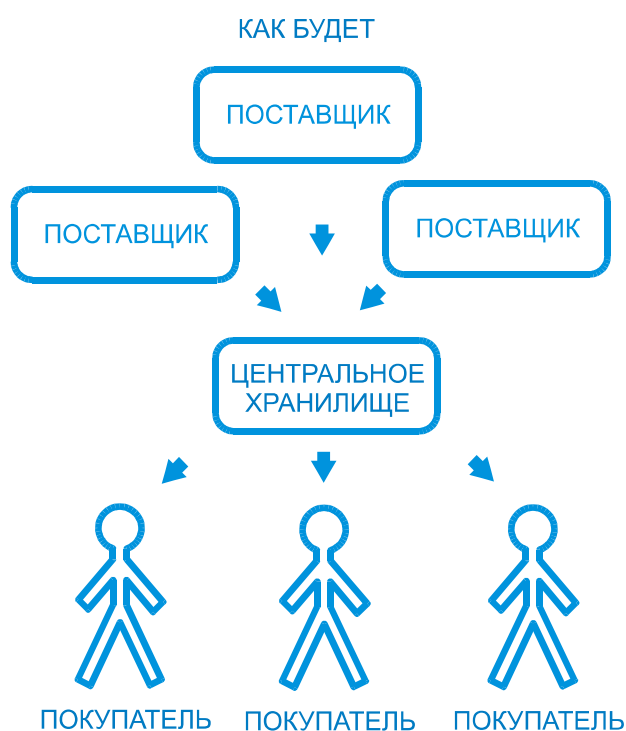


Рис. 2. Общая схема системы Прайцентр©

Другой частью рассматриваемой проблемы является *актуальность* данных, представленных в прайсах поставщиков. Из-за нерегулярности обновления прайс поставщика может иметь позиции, которых уже *нет в наличии*. В результате покупатель вынужден связываться с поставщиком для выяснения данного обстоятельства. Это особенно важно для участников госзакупок.

Современные организации могут использовать системы обработки прайсов для устранения описанных проблем, но к сожалению полностью процесс оперативного получения достоверной информации автоматизировать не удастся из-за отсутствия регламентированного форматирования прайсов. Клиент должен постоянно вмешиваться в процесс формирования сводного прайса, поскольку формат загружаемых прайсов постоянно меняется. Наличие большого количества прайсов дополнительно порождает проблему производительности системы, поскольку они закачиваются в основном целиком, хотя на самом деле изменений в них может быть не больше процента.

Решение

Концепция программной системы Прайцентр© заключается в *репликации* данных – периодическом копировании информации о товарах поставщика в локальную базу данных покупателя (рис. 2). Репликация предусматривает копирование только тех данных о товарах поставщика, которые *изменились* с момента последнего копирования.

Обоим участникам рынка – поставщику и покупателю предоставляется специальный *сервис*. Система состоит из трех компонентов: центрального хранилища (сервер), «стороны покупателя» (клиентское приложение), «стороны поставщика» (клиентское приложение) (рис. 3).

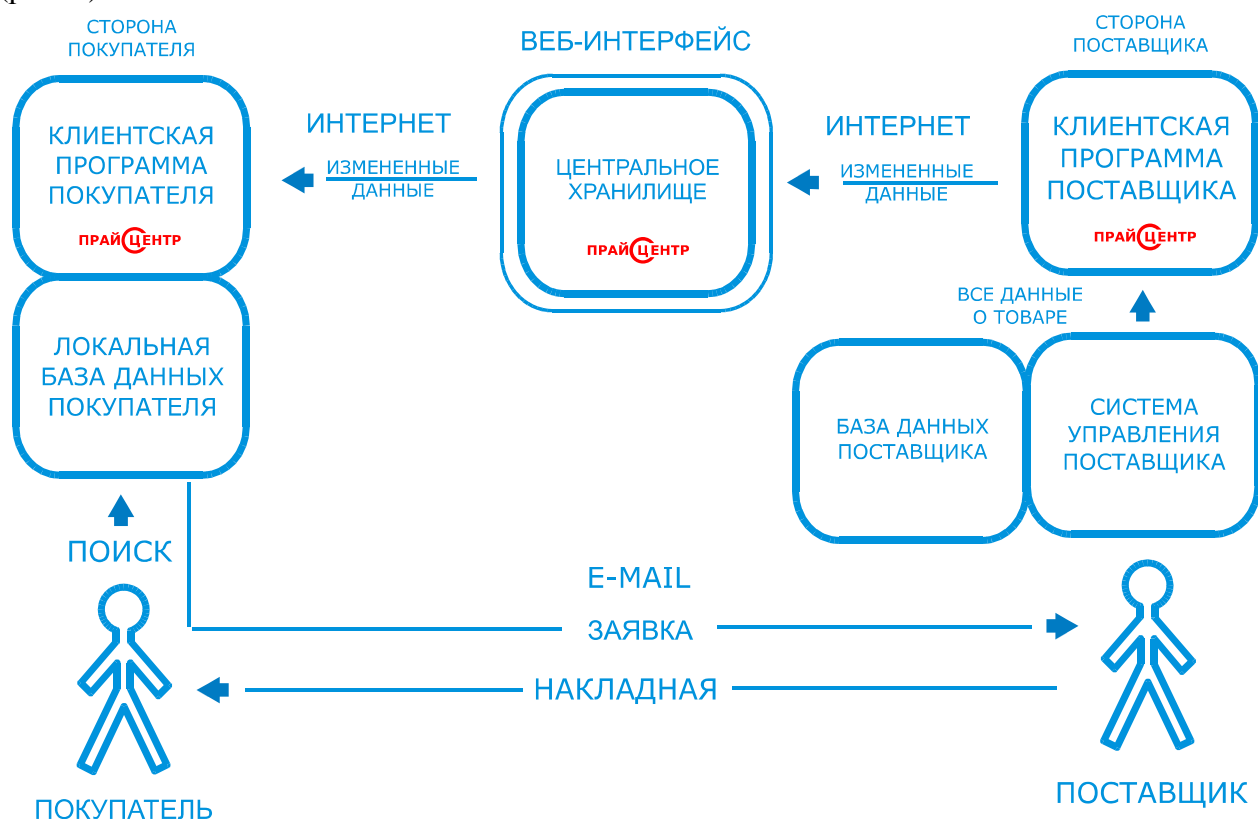


Рис. 3. Детальная схема системы Прайцентр©

В типовой схеме поставщик (издательство или книготорговая компания) с определенной периодичностью *автоматически* передает на вход специальной программы (сторона поставщика), установленной на его компьютере, данные о своих товарах. Также предусмотрена *упрощенная схема*, в которой поставщик может указать сервису ссылку на прайс или передавать свой прайс периодически на специальный адрес электронной почты без установки какого либо программного обеспечения системы ПРАЙЦЕНТР на своей стороне. Удаленный сервис работает автономно и периодически загружает прайсы множества поставщиков с различных ресурсов с помощью той же самой программы стороны поставщика. Информация в таком случае может стать доступной покупателю только через некоторое время, необходимое для того, чтобы проверить прайс, построить профиль загрузки или скорректировать его при необходимости. Таким образом типовая схема выгоднее поставщику, поскольку актуальная информация (только та, которая претерпела изменения) из его прайса загружается в базу данных сервиса напрямую и становится доступной покупателю без задержек во времени.

Программа стороны поставщика производит анализ прайса в соответствии со «снимком данных», который был получен при самой первой загрузке этого прайса в систему и только та часть данных, которая претерпела изменения, отправляется в центральное хранилище (сервер). Это может быть цена товара или его количество на складе, а также появление новых позиций и удаление старых.

Покупатель (учебное заведение или книготорговая компания) с определенной периодичностью загружает данные из центрального хранилища с помощью другой программы (сторона покупателя), установленной соответственно на компьютере покупателя. Программа получает из хранилища только ту информацию, которая изменилась.

Таким образом, происходит *репликация* данных поставщика и покупателя; покупатель и поставщик имеют в своих базах данных одинаковую информацию о товарах.

Далее покупатель с помощью программы производит поиск нужных товаров *в пакетном режиме с использованием заранее подготовленного списка*, сравнивает предложения поставщиков и генерирует заявку. Заявка поступает по каналам электронной почты поставщику. После этого поставщик и покупатель взаимодействуют друг с другом *напрямую*, без участия системы Прайцентр©.

Выгоды поставщика и покупателя

Резкое сокращение издержек всех участников проекта

Повышение оборота путем сближения спроса и предложения

Повышение автоматизации и снижение влияния человеческого фактора