

## **РОЛЬ МАСТЕР-ДАННЫХ В УПРАВЛЕНИИ ЗАПАСАМИ**

**Беляева Елизавета Тимофеевна**

студент Национального исследовательского университета Высшая школа экономики, РФ, г. Москва

В современном мире логистика тесно связана с использованием информационных систем. Это особенно актуальности в области управления запасами, все данные о которых, как правило, хранятся в базах данных и корпоративных информационных системах. Информационные системы – это единственный путь к созданию общего информационного пространства в компании, где хранятся все важные данные о деятельности предприятия. Однако информационные системы не всегда отвечают правилам единства учета одинаковых наименований. Речь идет о такой ситуации, при которой продукт из ассортимента компании в одной и той же системе обозначен по-разному. Такие разночтения приводят к возникновению как проблем внутри компании (неверный расчёт имеющихся запасов), так и проблемы коммуникаций с производителями и дистрибьютерами.

Производитель, дистрибьютор или розничный продавец постоянно согласовывают информацию о товаре и его местонахождении со своими торговыми партнерами. Многообразие форматов и способов передачи такой информации между торговыми партнерами выглядит как сложная паутина, а поддержка таких взаимосвязей требует неоправданных затрат и не является эффективной. При этом описание товаров в передаваемой информации называется мастер-данными.

Мастер-данные – это информация о коммерческих партнерах и их продукции (товарах), которая хранится в автоматизированных системах, и ссылки на которую (глобальные номера) используются при электронном обмене данными.

MDM (master data management) – это управление созданием, поддержкой, распределением и использованием мастер-данных в рамках всей организации, обеспечивающее согласованное и достоверное представление о состоянии бизнеса. Внутри предприятия MDM отведены функции сбора и накопления информации, ее чистки при помощи поиска устаревшей информации и повторяющихся данных, а также проверка качества и согласованности данных.

Главные цели MDM (в частности и в управлении запасами):

- Решить проблему неточности данных (о складских остатках, товарах в пути, описаниях товаров и т.д.).
- Гарантировать идентичность данных о товарах в системах торговых партнеров (наличие соответствий между названиями и кодами товара торговых партнеров).
- Обеспечить возможность глобальных торговых операций (в случае пользования общей глобальной сети синхронизации данных (GSDN на англ.).
- Сократить издержки предприятия связанные с неэффективностью информации и неточностью операционных данных (далее в презентации будут перечислены).

Мастер-данные претерпевают десятки изменений в месяц, а маркетологи, продавцы, закупщики и логисты торговых компаний постоянно сталкиваются с основными недостатками, связанными с наличием и использованием в системах ошибочных мастер-

данных:

- неполнота, противоречивость, недостоверность в описаниях товара;
- наличие устаревшей информации;
- отсутствие унифицированности наименований товаров;
- наличие дублированных товаров;
- отсутствие своевременного обновления информации;
- отсутствие проверок и синхронизации при вводе данных;
- недостаточная функциональность и степень автоматизации процесса;
- сложность решения проблем с мастер-данными традиционными средствами ERP-систем.

Синхронизация данных – это непрерывная гармонизация значений атрибутов данных между двумя или несколькими различными системами, причем конечным результатом являются одни и те же значения этих атрибутов данных во всех системах. Синхронизация позволяет достигнуть описанных ранее целей при работе между торговыми партнерами.

В случае, когда поставщик и ритейлер являются пользователями одного и того же электронного каталога, схема их синхронизации достаточно проста. Поставщик публикует свои данные в каталоге и указывает для кого они предназначены. Ритейлер, который является подписчиком каталога, получает уведомление о новом или изменившемся товаре и дает свой ответ поставщику. В случае положительного ответа данные о товаре попадают непосредственно во внутреннюю систему ритейлера. Таким образом все торговые партнеры имеют постоянный доступ к самой последней информации о товаре. Ритейлер также может иметь дополнительный код товара, необходимый для синхронизации с его ERP-системой.

Синхронизация мастер-данных позволяет:

- Практически исключить ручной ввод информации и ее обработку.
- Синхронизировать обмен данными о товарах со всеми торговыми партнерами.
- Отправлять и получать данные в едином, стандартизованном формате.
- Минимизировать ошибки в данных, передаваемых торговым партнерам.
- Использовать сервис для обмена данными со всеми торговыми партнерами.
- Сформировать фундамент для процессов электронного документооборота через использование сервиса.

В результате:

- Происходит снижение затрат (на складские запасы, в районе одного процента; на обработку ошибок, на 10–15 процентов; на отсутствие товара на складе – 2–4%).
- Существенно ускоряется процесс приемки товара (благодаря точным данным о прибывающих товарах).
- Происходит уменьшение числа ошибок в несоответствиях в счетах (от 5 до 20%) и заказах (уже 20–30%).
- Отсутствие необходимости в собственной ИС для решения аналогичных задач (включая разработку и внедрение).

- Избавление от необходимости в разработке и внедрении бизнес-процессов по вопросам взаимодействия с торговыми партнерами.
- Отсутствие дублированных данных и устаревших данных.

В случае работы с множеством торговых партнеров, объединенных одной сетью синхронизации данных пропадает необходимость в поддержании многочисленных и неэффективных взаимосвязей по обмену мастер-данными.

### **Список литературы:**

1. Бродецкий Г.Л. Управление запасами [Книга]. – Москва: Эксмо, 2007.
2. Дыбская В.В. Зайцев Е.И., Сергеев В.И., Стерлигова А.Н. ЛОГИСТИКА: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок [Книга]. – Москва: Эксмо, 2008.
3. Сергеев В. И., И. П. Эльяшевич Логистика снабжения: учебник для бакалавриата и магистра – [Книга]. – [б.м.]: Издательство Юрайт, 2014.
4. Сергеев В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах [Книга]. – Москва: Инфра-М, 2013.
5. Сергеев В.И. УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК. Учебник для бакалавров [Книга]. – Москва: Издательство Юрайт, 2014.
6. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: Учебник. [Книга]. – 2014.
7. Хаханов Ю.М. Межорганизационное сотрудничество – стратегия альянсов [Статья] // Вестник Московского университета. – 2012 г. – №1.