

РАБОТА ПО КОДИРОВАНИЮ ИНФОРМАЦИИ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

***Стасеня Т.П., ст. преп., Мандрик О.Г., ст. преп., Шафоростова О.А., студ.,
Антоненко А.А., студ.***

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Идентификация разнородных предметов (товары, инвентарь, багаж, документы и т. п.) связана с первичным сбором информации. Автоматизация ее решения предполагает выполнение следующих шагов: присвоение каждому предмету определенного идентификатора (номера или кода); нанесение на предмет специализированной метки, содержащей идентификатор; считывание данных с метки цифровым устройством и перевод данных метки в электронный вид.

Штриховой код, в отличие от многих информационных знаков, не только выполняет функции идентификационного и информационного характера, но и ряд дополнительных функций: автоматизированная идентификация товара с помощью считывающих устройств; автоматизированный учет и контроль товарных запасов; оперативное управление процессом товародвижения, повышение скорости и культуры обслуживания покупателей, снижение административных расходов; информационное обеспечение маркетинговых исследований.

Применение штрихового кода обеспечивает рационализацию следующих процессов: изготовителям – количественный учет произведенной продукции, ее сортировку, учет товарных запасов; оптовым посредникам – приемку товаров по количеству и ассортименту, учет запасов, отгрузку в розничную сеть; транспортными организациями – приемку-сдачу товаров; розничной сети: приемку товаров по количеству и ассортименту, сортировку, контроль за хранением, поиск и проверку изделий перед отгрузкой, размещение на складе, учет товарных запасов в магазине. Труд кассира упрощается и сокращается время обслуживания приблизительно на 30 %.

Торгово-розничная сеть, особенно склады и супермаркеты, предъявляют все более высокие требования к качеству печати и нанесению штрихового кода на упаковку и этикетку. В основном это связано с использованием современных средств автоматизации складского учета, движения товаров, продажи на основе технологий штрихового кодирования.

Система создания и использования штрихового кодирования имеет глубокую историю. Штриховое кодирование было изобретено молодым инженером Давидом Коллинзом в 50-х годах прошлого столетия. Развитие сети супермаркетов в 60-х годах в США и Канаде послужило началом разработки единой для этих государств системы автоматической идентификации товаров в расчетных кассах и на складах.

Миссию обеспечения использования системы EAN/UCC на территории Республики Беларусь выполняет ассоциация товарной нумерации и штрихового кодирования ЕАН Беларуси. Сведения обо всех товарах, подлежащих штриховому кодированию, заносятся в республиканский депозитарий штриховых кодов. Цели и задачи штрихового кодирования, порядок формирования, присвоения, регистрации и нанесения, а также основные требования к контролю правомерности использования штриховых кодов. На основании этого заявления ЕАН Беларуси присваивает предприятию регистрационный номер и выдает соответствующее свидетельство.

Различают два способа кодирования информации с помощью линейной (одномерной) и двухмерной символики штрих-кодов.

По уровню автоматизации розничная торговля в Республике Беларусь вышла на второе место среди прочих отраслей, уступив лишь финансовому сектору. Как показывает зарубежный и отечественный опыт, одним из наиболее широко применяемых способов быстрого и точного ввода данных в компьютерные системы является применение технологий штрихового кодирования, являющейся

разновидностью технологии автоматической идентификации данных.

УДК 004.42

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПАКЕТОВ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Ступчик С.С., студ., Левчук К.А., студ., Климов Ю.В., к.т.н., доц.

*Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

При работе маркетолога важное значение имеет статистическая обработка данных, что обычно требует массу усилий и больших затрат времени. Для экономии этих ресурсов существует много компьютерных программ. В своих тезисах мы решили выделить две программы такого типа: SPSS Statistics и STATISTICA и рассмотреть подробнее их функции и преимущества.

Компьютерная программа SPSS Statistics предназначена для статистической обработки данных, проведения прикладных исследований в социальных науках. Особенностью программы является мультиязычность и высокая совместимость с известными операционными системами. Приложение обладает мощными математическими алгоритмами анализа взаимосвязей, способностью к моделированию, получению точных результатов, временному прогнозированию данных, учету маркетинговых исследований. SPSS Statistics, по мнению создателей, «занимает ведущее положение среди программ, предназначенных для статистической обработки информации». Преимуществами SPSS Statistics можно назвать простоту в освоении, высокую скорость вычислений, что позволяет сократить время при обработке результатов опроса, возможность параллельно обрабатывать несколько выборок и модуль для автоматизации процесса разработки анкеты и ввода результатов опроса, также программа позволяет значительно сократить объемы почтовых рассылок.

Универсальная интегрированная система STATISTICA предназначена для статистического анализа и визуализации данных, разработки пользовательских приложений, содержащая широкий набор процедур анализа для применения в научных исследованиях. Преимуществами данной программы является то, что она предоставляет возможность реализовать и использовать собственные алгоритмы (через написание макросов), способна обрабатывать большие массивы данных, помогает экономить время при построении статистических графиков, возможность представить графики в 2D-, 3D- и 4D-виде, помогает находить новые способы проверки рабочих гипотез.

Итак, рассмотрев две программы (SPSS Statistics и STATISTICA), мы установили, что использование данных компьютерных программ при маркетинговых исследованиях сокращает время обработки в среднем на 50 % благодаря высокой скорости вычислений, возможности обрабатывать несколько выборок одновременно, способности обрабатывать большие массивы данных и экономии времени при построении статистических графиков. Более того, данные программы позволяют наглядно увидеть результат статистического анализа через обычные графики (в программе SPSS Statistics) и даже графики в 2D, 3D и 4D виде (в программе STATISTICA). Мы рекомендуем использование данных компьютерных программ маркетологам для обработки статистических данных различной сложности.

Список использованных источников

1. SPSS Statistics // [wikipedia.org](https://ru.wikipedia.org/wiki/SPSS) [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/SPSS>. – Дата доступа: 1.03.2018.