



## Компания Nemiroff завершила внедрение системы IBM Cognos

Компания Nemiroff является крупнейшим украинским производителем и экспортером крепких алкогольных напитков. Основанная в 1992 году, она добилась признания своего водочного бренда на международном рынке и сегодня поставляет продукцию в 72 страны мира.

Украинское предприятие компании производит 72 тыс. бутылок в час, или 120 млн литров готовой продукции в год. Розлив продукции в России осуществляет ОАО «Ликеро-водочный завод 'Ярославский'» (ФГУП «Росспиртпром»). В октябре 2010 года водка Nemiroff начала выпускаться в Республике Беларусь, для чего используются мощности республиканского унитарного предприятия «Минск Кристалл» (концерн «Белгоспищепром»).

### Высокая управляемость компании

Основатели компании поставили перед собой амбициозные цели и внедрили их в жизнь. Постоянно пополнялся продуктовый портфель, рос коллектив, был построен новый сверхсовременный завод, расширялась география поставок. Все это требовало особого подхода к управлению. В 2006 году, когда предприятием стал руководить Александр Глусь, начался процесс полной реструктуризации, которая завершилась в 2009 году. За это время была выстроена серьезная платформа для дальнейшего развития: создана система корпоративного управления, где в соответствии с нормами мировой практики разделены операционное и стратегическое управление, выстроена полностью прозрачная финансовая структура, упорядочены правила дистрибуции для всех рынков, разработана единая коммерческая политика, сбалансирован портфель маркетинговых инструментов. Важно также, что в компании были созданы новые стандарты обмена информацией и единая система учета, а к марту 2009 года заработала новая централизованная система отчетности.

Отдача от введения в эксплуатацию хорошо организованных и структурированных рабочих процессов стала заметна буквально сразу. Из года в год объемы работы увеличивались, и вскоре стало очевидно, что Excel, в котором создавались отчеты, не позволяет должным образом оценить достигнутые результаты и спрогнозировать показатели будущих периодов. Для выполнения этих задач требовалось развернуть полномасштабную аналитическую систему. Среди предложений системных интеграторов наиболее привлекательным оказалось решение компании Citia BTC, партнера IBM. Представленный ею план внедрения решения на базе платформы бизнес-аналитики IBM Cognos был наиболее четким и реалистичным. Сотрудничество с Citia BTC по внедрению системы IBM Cognos группа компаний Nemiroff начала в октябре 2009 года. Реализация проекта завершилась в марте 2010-го.

Citia BTC с 2001 года специализируется в сфере управленческого и технологического консалтинга для предприятий, работающих в отраслях телекоммуникаций, финансовых услуг, розничной и оптовой торговли, а также производства и дистрибуции товаров народного потребления. Основные направления деятельности компании включают в себя интеграцию и анализ данных, автоматизацию управления эффективностью бизнеса и постановку процессов управления бизнесом и информацией.

### Результаты и перспективы

Самая важная выгода от внедрения системы — возможность контроля и анализа статистики по реализованным товарам на различных рынках. Ежемесячный анализ позволяет в кратчайшие сроки принимать решения и вносить изменения в ассортимент реализуемой продукции. Это одна из главных целей развертывания и использования системы.

Благодаря применению IBM Cognos более чем вдвое (с 4,5 до 2 месяцев) сократилось время формирования и утверждения бюджета на следующий год. С внедрением системы значительно упростился процесс подготовки ежемесячных отчетов, что способствовало повышению эффективности работы сотрудников.

Еще одна из востребованных функций IBM Cognos — скользящие (непрерывные) прогнозы, когда руководители функциональных направлений составляют предварительные планы по своим направлениям, а финансовая служба представляет их в финансовых терминах. В настоящее время эти расчеты выполняются ежеквартально, однако компания намерена сделать их ежемесячными: торговля ликеро-водочными изделиями — очень динамичный бизнес, и сложно предсказать, продажи какого вида продукции вырастут в следующем периоде.

В дополнение к Cognos используется система IBM SPSS Statistics, предназначенная для статистической обработки данных. Она помогает управлять логистической цепочкой — на основании собранной от дистрибьюторов информации об объемах и распределении продаж планируется производство и минимизируются складские запасы.

В компании выделяют главные преимущества совместного использования систем IBM Cognos и SPSS: объединение запланированных и фактических данных в одной системе и ежемесячный анализ фактического исполнения бюджета; значительное сокращение сроков составления бюджета; снижение на 60% расходов на аудит. IBM Cognos — комплексная платформа для построения информационно-аналитической системы масштаба организации, ориентированная на пользователей с любым уровнем ИТ-подготовки. Она помогает принимать обоснованные решения, достигать лучших результатов и глубже понимать тенденции и угрозы рынка, сильные и слабые стороны бизнеса. Важно, что платформа IBM Cognos обеспечивает максимальную прозрачность всех рыночных и финансовых показателей: каждый уполномоченный сотрудник, а также руководители компании могут в любое время получить доступ к необходимым отчетным данным.

Снижение расходов на аудит стало возможно благодаря тому, что система позволяет получать отчетность по стандартам МСФО и аудиторы могут использовать готовые отчеты, не тратя времени на их подготовку.

Все отчеты, поступающие из различных ERP-систем, которые используются группой компаний Nemiroff (Microsoft Dynamics Ахарта на Украине, «1С» в России, Optima в Польше), загружаются в IBM Cognos. В дальнейшем планируется автоматизировать эту процедуру. Система IBM Cognos эксплуатируется в компании более года. За это время произошли некоторые изменения на стратегическом уровне управления и в маркетинговой стратегии. В ближайшее время соответствующие изменения планируется внести и в систему. Во многом эти перемены были вызваны анализом информации с помощью Cognos. Так, подготовленный отчет о прибылях и убытках в разрезе ассортиментных позиций и рынков позволил маркетологам усовершенствовать свою стратегию.