В настоящее время люди слабо себя представляют без посещения магазина. Даже если они делают это не каждый день, рано или поздно все равно приходится сходить или съездить за продуктами, которые им необходимы. Обычная процедура покупки мало чем отличается раз за разом. Однако, не всегда получается приобрести нужный товар определенной фирмы. Это может происходить по разнообразным причинам, начиная от того, что данный товар все еще не готов, и заканчивая тем, что фирма перестала его производить. Существует и обратная проблема, когда фирма сама хочет найти как можно больше покупателей, но не может из-за ряда обстоятельств.

Оставив без внимания случаи, когда отсутствие товара является проблемой фирмы, рассматривается посредник между покупателем и продавцом – магазин.

Существуют ситуации, в которых основная проблема того, что покупатель не купил нужный товар, исходит от самого магазина: товар не поступил вовремя на склад, либо его просто не выставили вовремя. Конечно, можно решить эту проблему радикальным способом: все время заполнять полки и склад до отказа, чтобы дефицит данного товара просто не случалось. Но в данном случае есть две существенные проблемы. Во-первых, у некоторых товаров есть определенный срок годности, после которого его придется просто утилизировать. Во-вторых, излишки товаров сами магазины не всегда могут себе позволить, т.к. тогда, скорее всего, очень сильно упадет рентабельность магазина в связи с избытком закупленного товага, который магазин не в силах продать.

С другой стороны, проблему можно решить, наняв большое количество персонала, который бы следил за состоянием магазина, вовремя пополнял склад и полки, а также, в случае необходимости, консультировал покупателя в процессе выбора товара. Однако, при такой ситуации магазин может нести большие финансовые потери, т.е. вся прибыль будет уходить на зарплаты. В данном случае могут даже возникнуть сомнения по поводу того, что магазин сможет обеспечивать свой персонал конкурентной оплатой труда. Поэтому становится неизвестно, насколько целесообразны данные меры.

Это лишь некоторые варианты развития событий, которые руководство супермаркета может выбрать.

К счастью, современные решения в области информационных технологий позволяют автоматизировать большой пласт операций, совершаемых персоналом магазина. При внедрении в торговый процесс разработок, направленных на облегчение выполнения повседневных и многоразовых операций, позволяют многократно сократить затраты на те или иные действия при разумных вложениях.

Одним из вариантов частичной автоматизации работы супермаркета может являться автоматизированная система управления полочным пространством. Прежде всего, данная система позволяет следить за общим состоянием магазина в целом и каждой полки по отдельности в режиме реального времени на основе производимых операций купли-продажи и выкладки товаров на полки. Кроме того, данная система позволяет собирать и анализировать данные, поступающие в процессе работы супермаркета, на основе чего, вырабатывается дальнейшая тактика работы с выдачей определенных рекомендаций.