

**Мочалин Сергей Михайлович,**  
доктор технических наук, профессор кафедры «Логистика» ФГБОУ ВПО  
«Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия», г. Омск  
[mochalin\\_sm@mail.ru](mailto:mochalin_sm@mail.ru)



**Шамис Виталий Александрович,**  
кандидат психологических наук, доцент кафедры «Логистика» ФГБОУ ВПО «Си-  
бирская государственная автомобильно-дорожная академия», г. Омск  
[Vitaliy1999@mail.ru](mailto:Vitaliy1999@mail.ru)

### Управление заказами на предприятии с использованием автоматизированной CRM-системы

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению аспектов системы по управлению заказами в логистике. Сравниваются несколько CRM-систем, и выбирается по показателям наилучшая. Представлены показатели эффективности внедрения CRM-системы, в частности «1С:Предприятие 8 CRM» с модулем «Управление заказами».

**Ключевые слова:** заказ, CRM-система, логистика, управление заказами, 1С, автоматизированная система.

**Раздел:** (04) экономика.

Клиент считается одним из главных действующих лиц при управлении заказами на предприятии: сам клиент начинает запуск производства либо цепь логистических мероприятий на предприятии. Правильно сформированная система по управлению заказами дает возможность снизить до минимальных значений время и число операций с того момента, как был оформлен заказ потребителем, и до момента его окончания.

Когда разрабатывается система управления заказами на предприятии, в обязательном порядке надо обращать внимание как на их вид, так и на их эффективность для этой логистической системы. Заказы могут быть классифицированы по форме и времени обработки и по субъекту и объекту заказа. Главная роль в данном случае отводится субъекту заказа, то есть потребителю. Заказчиками могут быть:

- отделы, цеха либо филиалы компаний («внутренний» потребитель);
- торговые компании либо производственные организации, а также частные лица.

Процесс обработки заказов имеет несколько соответствующих этапов:

1. Документальное оформление.
2. Отправка заказа поставщику либо производителю.
3. Собственно выполнение заказа (производство, поставка от оптовика или производителя).
4. Непосредственная доставка заказчику.

Для любого из данных этапов необходима отдельная проработка. Если в организации будет отработан весь процесс управления, то тогда сроки ожидания клиента, а также затраты изготовителя будут сокращены до наименьших размеров.

Заказ создается в документе определенной формы, в котором должна быть представлена вся нужная информация, а именно: наименование товаров/услуг; их объем либо количество; дата и сроки доставки заказа; стоимость и условия оплаты. Приемщик должен заполнить два экземпляра, один из которых останется у поставщика, а второй будет передан клиенту [1].

Документ должен быть оформлен в присутствии клиента, заверен его подписью, а также подписями ответственных за обработку заказа лиц. Затем заказ поступает в базу данных и будет обработан в порядке очереди или на условиях, которые были оговорены с клиентом.

В документе обязательно должно быть указано название организации; если клиентом выступает юридическое лицо – все его реквизиты; если заказчиком является физическое лицо, то должны быть указаны паспортные данные и контактная информация. Вся информация, которая может потребоваться, а именно телефонные номера, реквизиты, фамилия или наименование заказчика, должна быть внесена в базу данных, так же как и сведения о сроках и времени поставки заказа.

Следующим этапом, после формирования заказа, будет его обработка. Заказ подвергается обработке:

- 1) на производстве (если требуется продукция по индивидуальным заказам);
- 2) складе (отбор товара необходимого вида в нужном количестве). После этого идет:
  - комплектация;
  - проверка;
  - упаковка;
  - отгрузка.

Последней стадией процесса выполнения заказов, осуществляемой в определенные сроки и время, является его доставка. По окончании доставки заказ будет отгружен клиенту, которому необходимо поставить свою подпись на документах, предоставленных перевозчиком, произвести оплату, в случае если этого не было сделано ранее, и принять заказ.

Все этапы по обработке заказов обязательно должны быть зафиксированы в документах либо базе данных, вплоть до того момента, пока заказ полностью не будет выполнен. Данные процедуры должны быть проведены с целью того, чтобы в любой момент времени было возможно отследить стадию осуществления заказа, а также имелась возможность его ускорения и обеспечения его сохранности [2].

Все сведения по выполнению заказов и их обработке должны храниться в делопроизводстве и в базе данных компаний. Хранить эту информацию надо для бухгалтерского и налогового учета, анализа работы предприятия, получения финансовых результатов (прибыли).

К тому же, располагая информацией обо всех выполненных заказах за последний отчетный период, руководитель либо финансовый аналитик компании будет иметь возможность прогнозирования будущей прибыли, а также разработки эффективного бизнес-плана на дальнейшие периоды (месяцы, кварталы либо год).

Эффективное осуществление управления заказами в наше время нельзя представить без применения современных автоматизированных CRM-систем.

Заниматься систематизацией сведений об уже осуществленных и текущих заказах весьма трудно в том случае, когда данная информация хранится лишь в бумажном виде, вносится в таблицу Excel либо же фиксируется другими малоэффективными способами.

Далее будет представлено сопоставление возможностей нескольких CR-программ. Выбирать программу надо опираясь на сведения о затратах на ее приобретение, установку, настройку, а также на последующее сопровождение (стоимость владения).

Сравнение программных продуктов представлено ниже в табл. 1.

В соответствии с анализом функций программных продуктов наиболее подходящей CRM-системой была признана программа «1С:Предприятие 8 CRM».