ваши проблемы – наши проблемы

использование новейших информационных технологий на предприятиях малого и среднего бизнеса

Хорошее начало – половина дела.
Платон

Здравствуйте, уважаемые читатели!
Сегодня на страницах этого интересного журнала я хочу поговорить с вами об организации работы на малом предприятии. В процессе беседы я расскажу вам о внутриорганизационных проблемах, с которыми сталкивается предприниматель, опишу бизнес-процессы предприятия и покажу, как можно их автоматизировать с помощью уникальной российской разработки CRM системы (система управления взаимоотношениями с клиентами и поставщиками) Client Manager.

Богомолов В.
генеральный директор ООО "Дельфин ВМФ"

Для начала проясним, что же такое бизнес-процесс.

Бизнес-процесс – это практические мероприятия и ресурсы, направленные на создание, реструктуризацию и реформирование компании с целью улучшения ее деятельности, а именно: повышения прибыли, улучшения качества продукции, достижения экологических стандартов и т. д. В состав этих мероприятий входят организационные, технологические, экономические, финансовые, правовые и другие действия. Таким образом, бизнес-процесс – это связанные цепочки хозяйственных операций [1].

Возьмем для примера оптово-торговое предприятие. В нашей стране это наиболее распространенная малая форма бизнеса. Для организации такого бизнеса необходимы финансовые вложения в товар, аренду помещений, покупку оргтехники и самое основное – затраты на зарплату персонала, которые порой очень существенны. Найти деньги на покупку товара и аренду помещений еще возможно. Но нанять высоко квалифицированных менеджеров и бухгалтера соответствующей квалификации бывает очень

проблематично по причине их высокой стоимости на рынке труда. Но ведь должен же кто-то работать? И предприниматель вынужден нанимать людей со средним образование и своими силами обучать их работе, учась вместе с ними. Это долгий путь, который не всегда успешен по причине текучести кадров. Поэтому большинство предпринимателей заинтересовано в использовании недорогих информационно-технологических инструментов для максимально быстрой подготовки своих сотрудников.

предприниматель вынужден нанимать людей со средним образование и своими силами обучать их работе, учась вместе с ним

Возникает вопрос, возможно ли сделать так, чтобы человек с не высокой квалификацией максимально быстро входил в курс дела, например, за один день? Да такая возможность есть.

В 1998 году российские программисты из компании General Programming and Research на основании запросов руководителей предприятий и по результатам наблюдения за работой менеджеров разработали *автоматизированный комплекс Client Manager*. Уникальность программы в том, что она позволяет специалисту средней квалификации иметь инструмент, обеспечивающий адекватное взаимодействие с другими предприятиями, используя унифицированные документы. Программа имеет "дружественный" интерфейс для пользователя, состоит из пяти взаимосвязанных окон и позволяет вывести на экран компьютера максимальное количество необходимой для работы информации.

С первого знакомства с программой покоряет простота, надежность и удобство работы для пользователя. Одним из серьезных достоинств программы Client Manager является легкая настройка на любые бизнес-процессы предприятия, порою даже очень специфические. Работа с программой не требует никаких специальных знаний о компьютере, файловой системе и т.д. Сотрудник, даже не умеющий пользоваться MS Word, сможет создавать качественные и грамотные документы.

Программа Client Manager базируется на трех "китах": *клиенты, документы, товар (услуга)*. Ядром программы Client Manager является офисный документооборот. Что мы подразумеваем под этим выражением. Документы делятся на три группы: *исходящие, входящие и внутренние.*

возможно ли сделать так, чтобы человек с не высокой квалификацией максимально быстро входил в курс дела, например, за один день?

В “исходящих” обычно фиксируются все действия и документы, выходящие за пределы компании. Это могут быть звонки, визиты, предложения, счета, накладные, “платежки”, договора и т.д. Во “входящие” входит стандартный набор документов. Это могут быть запросы, счета, счета-фактуры, платежи, товарные накладные и т.п. “Внутренними” могут быть: договора, письма, типовые текстовые блоки, чаще всего использующиеся типовые письма, отчеты и другие документы, “настраиваемые” под конкретное предприятие.

На основании выше приведенной информации рассмотрим, как можно автоматизировать **коммерческий документооборот** торговой компании, назовем ее ООО “Малый Бизнес”. Допустим, компания занимается продажей фототоваров в розницу и мелким оптом (работает с фотографами). У нее есть 3 палатки, находящиеся в Универсамах. ООО “Малый Бизнес” имеет 10 основных поставщиков, у которых периодически покупает товар. Имея такие данные, начинаем настраивать программу Client Manager на это предприятие.

Для начала выстраиваем цепочку документов, которые предприятие использует ежедневно в своей бизнес деятельности. Каждому документу в программе присваиваются определенные свойства, благодаря которым программа сама будет анализировать информацию о документе. Например, для определения положения товара на складе, документ “исходящий счет” имеет одно из свойств – резервирование товара. Это означает, что предприятие выписывает счет мелкооптовому покупателю, а товар автоматически резервируется на складе.

Затем мы вводим в программу всю номенклатуру товара, который может использоваться предприятием для дальнейшей реализации. Это не обязательно должен быть товар, имеющийся в наличии. В карточку товара заносятся: артикул, единица измерения, скидка, НДС, таможенная пошлина (для внешнеторговых предприятий). По ней можно проследить всю историю и движение товара.

Следующий шаг – занесение информации о клиентах, поставщиках и магазинах, в которых реализуется товар. На каждого клиента и поставщи-

ваши вопросы

ка заполняется подробная карточка, куда заносятся следующие данные: адреса, телефоны, Интернет, банковские реквизиты, сотрудники компании и любая дополнительная информация. Затем клиент (поставщик) "сегментируется"

а) по категориям деятельности (каким видом деятельности занимается);

б) по месту нахождения фирмы или организации;

в) по группам (поставщик, клиент, неплательщик, VIP и т.д.).

Процедура заполнения карточки необходима для того, чтобы в дальнейшем при формировании любого документа программа "вставляла" все необходимые данные из карточки в требуемый документ.

Например, необходимо оформить исходящий платеж. Пользователь выбирает поставщика, товар, за который платит, нажимает кнопку *платеж* и программа автоматически формирует платежное поручение, в которое вставляет из карточки название клиента и все необходимые банковские реквизиты. Надо отметить, что карточка заполняется всего лишь один раз.

Возьмем бизнес-процесс "*покупка товара у поставщика и выписка его на точки*", в котором используются следующие документы:

Исходящие запросы поставщикам. Допустим, предприятию необходимо купить модельный ряд фотоаппаратов марки КОДАК. Пользователь программы Client Manager нажимает кнопку ЗАПРОС, перед ним появляется специальное окно, в котором он выбирает, кому отправить запрос. В данном случае – *всем поставщикам.* Нажимает кнопку *калькуляция* и попадает на склад. Указав необходимый товар, пользователь автоматически переносит его в документ. При нажатии клавиши "ОК" программа сформирует персонифицированные, типовые запросы в формате MS Word всем поставщикам. Остается распечатать эти запросы и отправить по факсу или по электронной почте.

Входящие предложения от поставщиков. Пользователю нет необходимости забивать вручную все входящие данные. Чтобы ввести предложение от поставщика в программу необходимо нажать всего одну кнопку *связь документов (скрепка)* исходящего запроса с входящим предложением. Если цена не соответствует той,

для определения положения товара на складе, документ "исходящий счет" имеет одно из свойств – резервирование товара

пользователь выбирает поставщика, товар, за который платит, нажимает кнопку платеж и программа автоматически формирует платежное поручение

которая у пользователя, то происходит корректировка. После получения от поставщиков предложений пользователь может легко определить какой поставщик предлагает самые выгодные цены. Для этого необходимо "зайти" в карточку товара, по которому производился запрос. В карточке на основании предложений от поставщиков сформировался *конкурентный лист*. На основании данных из конкурентного листа принимается решение у кого покупать товар. Пользователь звонит в компанию, являющуюся поставщиком и ему высылают счет.

Входящий счет. Мы снова делаем "связку" документов, и все необходимые данные переносятся из предложения в счет. Для этой процедуры необходимо нажать только кнопку *связь документов* и ОК. Документ готов.

Исходящий платеж. Предприниматель имеет два варианта оплаты товара: наличными деньгами и через безналичный расчет. Если оплата происходит безналичным платежом, то, используя кнопку *связь документов*, можно за несколько секунд сформировать стандартное платежное поручение. Если оплата происходит наличными средствами, то просто фиксируется сумма оплаты.

Входящая товарная накладная. Применяется все та же кнопка *связи документов*. Программа сама оприходует товар на складе.

Исходящая товарная накладная на точки. Формируется выпиской со склада.

Для малого бизнеса такая степень автоматизации документооборота и обработки данных позволяет использовать всего одного человека для ведения делопроизводства компании, учета и анализа данных. Обычно предпринимателю требуется до 10 дней, чтобы свести остатки по фирме и узнать общее количество денег на определенную дату (это далеко не бухгалтерский баланс). С программой Client Manager предприниматель может в любой момент в течение нескольких минут свести остатки по фирме.

Об анализе и прогнозе хода продаж поговорим в следующий раз.

Литература
1. Смирнов Э.А. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 2000

– Наши пробники

высшее экономическое образование для предпринимателей



главы учебных пособий

специальность:
060800 “Экономика и управление на предприятиях”

квалификация —
экономист-менеджер