

УПРАВЛЕНИЕ ЗАКАЗАМИ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ:  
ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД  
ORDER MANAGEMENT IN A TRADE ORGANIZATION: A  
LOGISTICAL APPROACH

Малахова Д.И., Смолевская Д.Р.

Научный руководитель – Медведева Г.Б., к.э.н., зав. кафедрой  
Брестский государственный технический университет,  
г. Брест, Беларусь

**dmaarliahova@gmail.com**

Malakhova D.I., Smolevskaya D.R.

Supervisor – G.B. Medvedeva, Candidate of economical sciences, head  
of the Department, Brest State Technical University, Brest, Belarus

*Аннотация: рассматривается многообразие трактовок «заказ» и его классификация. Представлены этапы управления заказами, проблемы «разрыва времени исполнения», а также роль прогнозирования и информационных систем для сокращения сроков и затрат при выполнении заказа. Определены основных подхода, каждый из которых определяет, как и на каких этапах продукция формируется в ответ на спрос.*

*Abstract: The article considers the variety of interpretations of “order” and its classification. The stages of order management, the problems of the “lead time gap”, and the role of forecasting and information systems in reducing the time and cost of order fulfillment are presented. The main approaches are identified, each defining how and at what stages products are shaped in response to demand.*

*Ключевые слова: заказ, производство, спрос, методы.*

*Key words: order, production, demand, methods.*

**Введение.** Тенденция стремительного роста конкуренции между участниками рынков приводит к острой потребности эффективного управления заказами. Это обусловлено тем, что одной из главных целей любой организации является удовлетворение покупателя. Управление заказами выступает важнейшей логистической функцией в оперативном управлении компании, при котором необходимо обеспечить выпуск качественной продукции при заданных сроках, ассортименте, количестве и

нормативах затрат. Ускорение выполнения заказа и снижение себестоимости продукции повышают финансовые показатели, что положительно сказывается на деятельности компании.

**Основная часть.** В научной литературе термин «заказ» имеет различные трактовки. В большинстве экономических толковых словарей преобладает определение заказа, как предложение покупателя (потребителя) изготовить, поставить, продать ему продукцию, товар определенного вида и качества или выполнить работу, оказать услуги. Существуют и трактовки заказа как, прежде всего, документа: заказ – это документ, направляемый покупателем (заказчиком) продавцу с твердым намерением купить определенный товар, содержащий информацию о необходимом количестве товара, его качестве, цене, сроках поставки, предельном сроке ответа [1,2].

По классификационному признаку заказ может быть государственным или рыночным, который в свою очередь делится на заказы типа B2B («Business to business») и B2C («Business to consumer»). Отличия между этими типами заказов заключаются в различной степени свободы предприятия в варьировании их условий.

Существует также деление заказов по типу требуемого производства: заказ на поставку, сборку, производство или разработку и изготовление. Это различие связано с глубиной вовлеченности предприятия в процесс выполнения заказа. Например, в заказ на производство включается функция закупки сырья, а в заказ на сборку — комплектующих. Статус заказа также проходит определенные этапы, начиная с планового и завершаясь закрытым заказом. Помимо внешних заказов (от клиента), существуют и внутренние заказы предприятия, которые могут включать внутренние заказы-наряды или заказы на закупку.

Управление заказами — это сложный процесс, объединяющий этапы планирования, учета, контроля и анализа. Основной целью управления является выполнение заказов в соответствии с требованиями заказчика и в интересах предприятия. Управление охватывает время от поступления заказа до отгрузки продукции и включает весь логистический цикл, направленный на сокращение сроков выполнения, повышение уровня обслуживания, снижение запасов и логистических издержек.

Здесь же существует основная проблема управления заказами — «разрыв времени исполнения заказа», который возникает, когда фактическое время выполнения превышает ожидаемое заказчиком. Для устранения этой проблемы важно управлять временем выполнения: снижать сроки у поставщика или получать заказы заранее.

Важнейшей основой успешного выполнения заказов является

прогнозирование спроса и интеграция различных этапов логистической цепочки (закупки, производство, складирование и распределение), чему способствуют современные информационные системы. Современная модель управления заказами должна базироваться на глубоко проработанной методологической базе. Пользующаяся широкой популярностью система бережливого производства (Lean), доказавшая свою эффективность на многих предприятиях, является идеальной методологической базой, на основе которой должны строиться современные модели управления заказами.

Существуют современные подходы к управлению заказами, например Business Process Reengineering (BPR), который предполагает коренную перестройку процессов, ориентируясь на потребности заказчиков. Total Quality Management (TQM), которое акцентирует свое внимание на качестве, чтобы максимально удовлетворить требования клиентов. Activity Based Costing (ABC) позволяет глубже анализировать затраты на различные бизнес-процессы.

Цикл выполнения заказа потребителя начинается с размещения заказа и заканчивается моментом, когда продукт доставляется и размещается у потребителя. Типичный цикл состоит из следующих составляющих: подготовка заказа и его передача (order preparation and transmittal); прием заказа и его учет (order receipt and order entry);

- обработка заказа (order processing); комплектация и упаковка на складе (warehouse picking and packing); транспортировка заказа (order transportation); доставка потребителю и разгрузка (customer delivery and unloading).

Время, необходимое для прохождения всех этих этапов, может быть непостоянным и варьироваться от нескольких дней до нескольких недель. Такая нестабильность требует от компании держать страховые запасы, позволяющие покрывать возможные задержки поставок, либо отказывать покупателям из-за нехватки продукции.

В условиях активного развития интернет-торговли, многие продавцы столкнулись с тем, что их существующие возможности исчерпаны в части исполнения заказов, а дальнейший рост невозможен без серьезных инвестиционных вложений в инфраструктуру фулфилмента. Естественным выходом из этой ситуации является аутсорсинг и развитие оффлайновой логистики. Управление заказами усложняется: каждый заказ интернет-магазина должен быть индивидуально упакован и к нему должна быть подготовлена сопроводительная документация. Также большое значение для исследования сферы электронной торговли имеет изучение

дропшипинга (от англ. drop shipping – прямая поставка). Это новый вид управления заказами, который заключается в реализации товаров фирмы поставщика посредником (дропшиппером) [3].

Таким образом, выбор метода управления заказами и оптимизация цепочки поставок напрямую влияет на эффективность, адаптивность и качество обслуживания клиента.

**Заключение.** Оптимизация процессов, основанная на анализе данных и современных информационных технологий, позволяет не только сократить время выполнения заказов, но и повысить прогнозируемость спроса. Внедрение автоматизированных систем управления заказами способствует минимизации ошибок и повышению прозрачности всей цепочки поставок.

Важным аспектом является эффективное взаимодействие с поставщиками и клиентами. Таким образом, логистический подход к управлению заказами обеспечивает более высокую степень адаптивности торговых организаций к изменениям на рынке, позволяя им быстро реагировать на новые вызовы и требования потребителей. В условиях растущей конкуренции и меняющегося потребительского спроса, успешные компании будут теми, кто сможет эффективно управлять своими заказами, обеспечивая при этом высокий уровень сервиса и удовлетворенность клиентов.

#### Литература

1. Неруш, Ю. М. Планирование и организация логистического процесса : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. М. Неруш, С. А. Панов, А. Ю. Неруш. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 422 с.

2. Пузанова, И. А. Интегрированное планирование цепей поставок : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. А. Пузанова, Б. А. Аникин ; под редакцией Б. А. Аникина. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 319 с.

3. Демид, В. Д. Система управления заказами. разработка системы заказов в интернет-магазинах / В. Д. Демид, В. С. Сидорик, Г. Б. Медведева // Инновации: от теории к практике : сб. науч. статей IX Межд. науч.-прак. конф., Брест, 19–20 октября 2023 года : в 2 частях / Брест : БрГТУ, 2023. – Часть 2. – С. 173–176.

Представлено 5.11.2024