



# Конфигуратор продукции как составная часть идеологии CSRP

Система Arrius-Конфигуратор на платформе «1С:Предприятие 8.0»

Дмитрий Федоров

В современных условиях непрерывно растущей конкуренции и постоянно меняющихся требований и предпочтений потребителей руководство предприятий всех уровней бизнеса все чаще сталкивается с проблемой поиска эффективного метода управления предприятием. Ситуация усугубляется тем, что, даже если предприятие не экспортирует свой товар на внешний рынок, ему, тем не менее приходится конкурировать с товарами западных производителей, а значит, конкурировать как с их технологией производства, так и с технологией и методами управления. Ни для кого уже не секрет, что время стихийного управления прошло. Для завоевания рынка и удержания лидирующих позиций требуется внедрение на предприятии системного менеджмента, составным элементом которого для промышленных предприятий является дисциплина планирования и оперативного управления производством.

Основные проблемы предприятий с позаказным типом производства общеизвестны:

- отсутствие инструмента, позволяющего при принятии заказа оценить совокупный финансовый результат его принятия;
- нерациональная загрузка оборудования;
- неоптимизированный технологический маршрут с учетом существующего портфеля заказов;
- нежелание клиента платить рассчитанную планово-экономическим отделом цену за заказ.

Данные проблемы решаются при помощи систем, поддерживающих стандарт управления ресурсами предприятия CSRP (Customer Synchronize Resource Planning — синхронизированное с потребителем планирование ресурсов). Идеология CSRP, которая

почти целиком охватывает весь жизненный цикл товара, предоставляет действенные методы и приложения для создания продукции, модифицируемой под конкретного покупателя. Основные преимущества данной идеологии — наличие принципов конфигуратора продукции и APS-задачи (Advanced Planning and Scheduling — управление производственными графиками в условиях ограниченных мощностей).

Рассмотрим конфигуратор продукции, используемый для удовлетворения потребностей покупателей. Его основная задача — управление конфигурируемыми под каждый заказ клиента спецификациями. Кроме того, конфигуратор позволяет оперативно и точно оценить стоимость заказа на конкретный товар для конкретного потребителя. Немаловажно также то, что конфигуратор позволяет немедленно запустить продукт в производство после завершения процесса конфигурирования, согласования спецификации и цены с заказчиком. В конфигуратор закладываются правила формирования спецификаций заказа в зависимости от различных условий. Все операции снабжены несколькими вариантами сроков и стоимости переналадки оборудования и собственно выполнения в зависимости от формирования определенного технологического маршрута.

Конфигуратор продукции служит для более качественной и эффективной организации торговли товарами, которые могут поставляться с множеством возможных опций и вариантов, в том числе и при торговле технически сложным оборудованием. Естественно, менеджер, принимающий заявку, может не знать обо всех тонкостях технологических соотношений между использованными при конфигурировании заказа материалами и компонентами, а тем более об

элементах производственного процесса. Но он должен принять заказ и оценить его стоимость и сроки выполнения как можно быстрее и по возможности без длительного процесса согласования. Системы конфигурирования продукции могут помочь сделать это быстро и максимально точно, причем с учетом всех конструкторских взаимосвязей.

За создание образцов продукции отвечает конструкторский отдел, а отдел обслуживания покупателей отвечает только за организацию приема заказов. Однако конструкторский отдел должен отчетливо понимать, что он создает продукт для потребителя. Информация о том, что действительно требуется, что надежно работает, а что ненадежно, что будет продаваться, а что нет, исходит от покупателя. Задача подразделения продаж и маркетинга — понимать нужды покупателей и пытаться предложить им соответствующее решение, создать спрос. Кроме того, они владеют ценной информацией о новых рыночных тенденциях о давлении конкурентов, о проблемах обслуживания покупателей, о ценообразовании и спросе. Сервисные службы располагают также массой другой информации относительно того, с какими продуктами бывают про-

блемы, какие усовершенствования интересуют покупателей чаще всего и какие из предлагаемых услуг могут быть наиболее ценными. Наконец, и конструкторский отдел, и отдел исследований и разработок работают над новыми продуктами и прототипами — над продукцией будущего. Как новые продукты будут приняты на рынке, что имеет приемлемую цену, а что нет — все это относится к жизненно важной информации. Большинство традиционных производственных структур подразделения продаж и маркетинга, уделяя значительное внимание работе с покупателем, тратят слишком мало времени на взаимодействие с плановыми и производственными отделами.

Обработка заказов включает, помимо функции ввода заказа, функции продаж и маркетинга. Таким образом, обработка заказов начинается не с заказа, а с работы с покупателем и даже с потенциальным клиентом. Сегодня продавцы все чаще не просто размещают заказы, а совместно с покупателем формируют заказы, определяя потребности покупателя, которые динамически переводятся в требования к продуктам и к их производству. Технология конфигурирования заказов позволяет проверить их выполнимость до того, как они будут размещены. Обработка заказа



Рис. 1

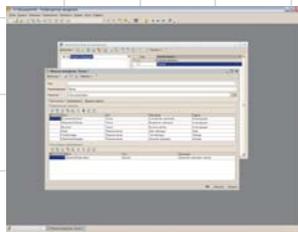


Рис. 2

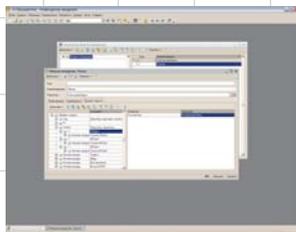


Рис. 3

зов охватывает информацию о потенциальных клиентах. Системы управления контактами и генераторы отчетов соединяются с системами создания заказов и производственного планирования, чтобы предоставить информацию о требуемых ресурсах до того, как заказ будет размещен. Тенденции рынка, спрос на продукцию и информация о предложениях конкурентов связываются с ключевыми бизнес-процессами. Статические ценовые модели заменяются таким инструментом ценообразования, который позволяет определить оптимальную стоимость каждого продукта для каждого покупателя. Увеличивается прибыльность продукции и повышается точность изготовления. Предпродажный цикл обслужива-

ния покупателя сокращается в несколько раз.

Компания APPIUS, разработчик программных продуктов для платформы «1С:Предприятие 8.0», выпустила новый продукт — Arrius-Конфигуратор (рис. 1), инструмент передачи информации о составе изделия от конструктора, работающего в Arrius-PDM, в отдел продаж, позволяющий оперативно и точно оценить стоимость заказа на конкретный товар для конкретного потребителя.

Arrius-Конфигуратор (рис. 2 и 3), разработанный для платформы «1С:Предприятие 8.0», полностью поддерживает идеологию систем CSRP.

Область использования Arrius-Конфигуратора весьма

обширна. Данный модуль может использоваться как небольшими фирмами, так и крупными компаниями. Конфигурированию поддаются и простые продукты, и сложные изделия. Независимо от того, что выпускает и продает предприятие — джинсы, компьютеры или автомобили, оперативно и точно оценивается стоимость заказа на конкретный товар для конкретного потребителя. Обладая интуитивным пользовательским интерфейсом, система помогает моделировать продукцию любой сложности, конфигурировать продукты в режиме реального времени. Система Arrius-Конфигуратор оптимизирует координацию и взаимодействие между подразделениями продаж, производства и снабжения. Улучшается процесс планирования за счет уменьшения числа задержек выполнения заказов и повторной работы, происходит снижение производственных издержек и объема незавершенного производства, запасов готовой продукции, обеспечивается манев-

рирование ресурсами, минимизируется ручной ввод. Немаловажным фактором является также то, что система позволяет налаживать прочные взаимоотношения между клиентами и поставщиками.

Идея установления партнерских отношений с покупателем нова. Планирование ресурсов, синхронизированное с потребностями покупателей (CSRP), предлагает модель бизнеса и набор инструментов, которые способны сделать партнерство с покупателем и реальным, и долгосрочным. Однако в мире жесткой конкуренции, где производственное превосходство и ценовые преимущества мимолетны, где предпочтения покупателей быстро меняются и где технологии изменяются каждые два года, создание устойчивых конкурентных преимуществ представляется недостижимым. Производители должны помнить, что их цель — не создание ценовых преимуществ или передовых технологий, а завоевание и удержание покупателей. ■

[www.appius.ru](http://www.appius.ru)

# APPIUS



## РЕШЕНИЯ APPIUS В ЕДИНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

для платформы 1С:Предприятие 8.0

- **APPIUS-PDM**  
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ И ЭЛЕКТРОННЫМ АРХИВОМ
- **APPIUS-КОНФИГУРАТОР**  
СИСТЕМА КОНФИГУРИРОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ
- **APPIUS-ВЕРИФИКАТОР**  
СИСТЕМА КОНТРОЛЯ ВЕДЕНИЯ НОМЕНКЛАТУРЫ



### УПРАВЛЯТЬ ХОРОШО...



- **ИНЖЕНЕРНЫЙ СПРАВОЧНИК**  
ДЛЯ САПР
- **СПРАВОЧНИК КРЕПЕЖНЫЕ**  
ИЗДЕЛИЯ

