

УДК 658.7

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ С ПОМОЩЬЮ ПРИКЛАДНОЙ ПРОГРАММЫ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ. УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЛЕЙ» В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

канд. техн. наук, доц. Ж. М. БАНЗЕКУЛИВАХО
(Полоцкий государственный университет)

Статья посвящена современному подходу к управлению закупками на предприятии в условиях жесткой конкуренции с помощью прикладной программы «1С: Предприятие. Управление торговлей». Дана характеристика процесса анализа и прогноза спроса по определенным параметрам для дальнейшего уточнения потребностей покупателей. Указано на то, что при этом служба закупок предприятия должна выполнять работу по анализу и выбору поставщиков, формированию заявок и выполнению операций с заказами, оформлению поступления товаров и формированию отпускных цен на них. Отмечена важность самостоятельного или комплексного применения методов ABC- и XYZ-анализа продаж для анализа спроса на товары. Указан механизм разработки календарного плана осуществления закупок при формировании заявок поставщикам и составлении графика поставок с помощью программы. Обращено внимание на то, что оплата и поступление товаров от поставщика оформляются в рамках заказа поставщику, договора или конкретного документа поступления, а для импортных товаров регистрируются номера грузовых таможенных деклараций и страна происхождения. Отмечено, что формирование отпускных цен на товары учитывает торговую наценку непосредственно при поступлении товаров от поставщика.

Введение. Прикладная программа «1С: Предприятие. Управление торговлей» является в условиях жесткой конкуренции эффективным и современным инструментом управления предприятием, занимающимся торговой деятельностью, и повышения эффективности его бизнеса. Она позволяет в комплексе автоматизировать задачи осуществления закупок, оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых, складских и финансовых операций. В решении данных задач предусмотрено оформление всех необходимых документов, обеспечивающих полный контроль товарных запасов.

Топ-менеджер предприятия может получать разнообразные отчеты, в которых в кратком и удобном виде отражена информация о текущем состоянии предприятия. Финансовые службы могут проводить комплексный анализ реальных денежных потоков. Для них доступно планирование денежных потоков на основании данных о предстоящих операциях по поступлению и расходу денежных средств. В решении этих задач отслеживается весь цикл взаимоотношений с клиентом, начиная от его первого обращения на предприятие. Автоматизирован полный цикл операций как оптовой, так и розничной торговли.

Специалисты-логисты служб управления закупками и реализацией товаров могут отследить весь жизненный цикл товара, от момента планирования закупок товаров на основе анализа потребности в них до момента отгрузки товаров клиентам. Реализована возможность работы с удаленными торговыми точками и розничными магазинами.

Специалисты-логисты, занимающиеся складским хозяйством, могут вести детальный оперативный учет товаров на складах. Для автоматизации учета товаров на складе можно использовать современное торговое оборудование: сканеры штрих-кода, терминалы сбора данных и RFID-считыватели RFID (англ. Radio Frequency Identification – радиочастотная идентификация) представляет собой способ автоматической идентификации объектов (товаров), в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах).

Предусмотрена возможность выгрузки первичных документов из программы «1С: Управление торговлей» в решения, которые предназначены для ведения бухгалтерского учета. На основании данных первичных документов в бухгалтерских программах формируются регламентированные отчеты, которые затем передаются в государственные органы, например, в орган статистики, налоговую службу.

Основная часть. Система управления закупками с помощью прикладной программы «1С: Предприятие. Управление торговлей» обеспечивает специалистов-логистов службы закупок предприятия информацией, необходимой для своевременного принятия решения о пополнении товарных запасов, а также оптимизации стоимости приобретаемых товаров в составе логистической цепи. Схематически, это может быть изображено в виде рисунка 1[1, 4].

Для анализа спроса на товары можно применять методы ABC- и (или) XYZ-анализа продаж, которые могут применяться как в качестве самостоятельных методов, так и комплексно. Причем, аналитические данные, полученные при комплексном применении, будут более информативны.

Прародителем метода ABC-анализа стало правило Парето, открытое в 1897 году итальянским экономистом Вильфредо Парето (Vilfredo Pareto, 1848–1923 гг.). Метод ABC-анализа является наиболее распространенным методом исследования, способствующим оптимизации ассортимента в розничной торговле. Увеличение продаж и повышение эффективности ассортимента напрямую зависят от правильной оценки прибыльности каждой товарной позиции, отсутствия залеживающихся товаров и товаров, затраты на которые не окупаются.

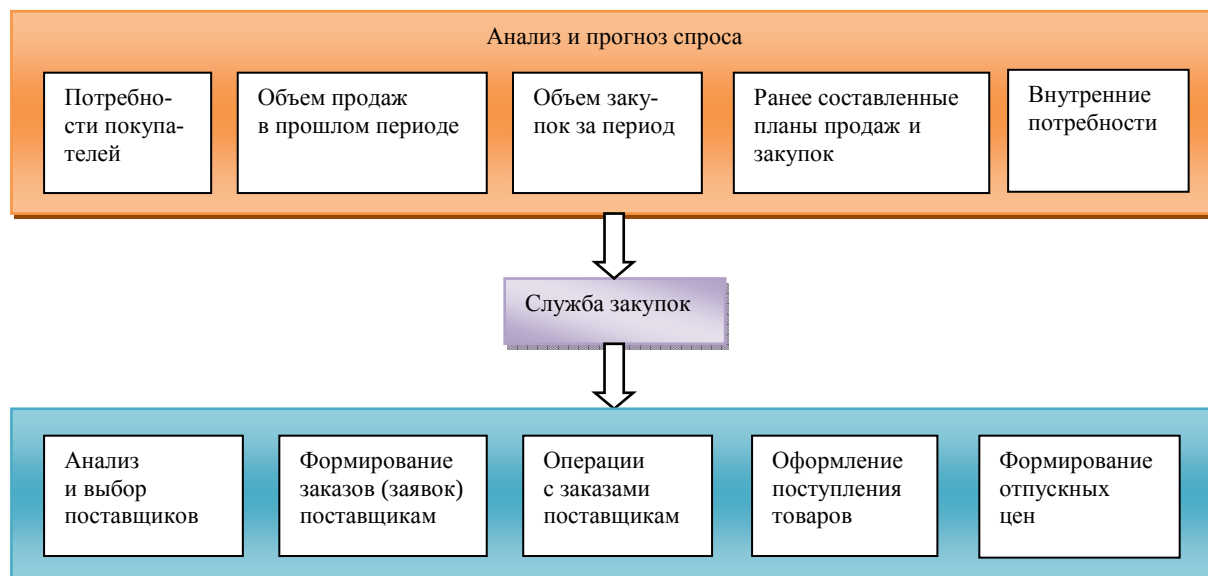


Рис. 1. Управление закупками с помощью прикладной программы «1С: Предприятие. Управление торговлей»

Правило Парето гласит: «20% ассортиментных позиций приносит 80% прибыли». Применительно к формированию торгового ассортимента это означает, что 20% товаров приносят предприятию 80% дохода, и наоборот оставшиеся 80% товаров приносят дохода всего лишь 20%. Результатом ABC-анализа является возможность определения наиболее доходных 20% товаров.

Применительно к трем группам товаров, метод ABC-анализ выглядит следующим образом:

- 20% товарного ассортимента (группа А) обеспечивает 80% товарооборота (дохода);
- 30% товарного ассортимента (группа В) дает 15% товарооборота (дохода);
- 50% товарного ассортимента (группа С) составляет 5% товарооборота (дохода)[2, 5, 6].

Результатом метода ABC-анализа является возможность определения наиболее доходных 20% товаров.

Смысл метода XYZ-анализа заключается в изучении, анализе и прогнозировании стабильности тех или иных бизнес-процессов (стабильность продаж отдельных видов товаров, предсказуемость рыночного поведения различных групп покупателей, колебания уровня потребления тех или иных ресурсов и т.п.). Цель применения метода XYZ-анализа – дифференциация товаров (ассортимента) по группам в зависимости от равномерности спроса и точности прогнозирования. Для этого по каждому товарному ассортименту рассчитывается так называемый коэффициент вариации (v), который показывает, на сколько в среднем процентов, отличаются продажи каждого периода от средних продаж этого товарного ассортимента. Если коэффициент равен нулю (в зависимости от того, какую периодичность для анализа вы выберете), то товар продается одинаково стабильно. Чем коэффициент вариации больше, тем нестабильнее продажи по выбранному товарному ассортименту. Чем стабильнее продавался товар в прошлом, тем точнее будут прогнозы на будущее. Поэтому для товаров с небольшим значением коэффициента вариации можно формировать заказы поставщикам, основываясь на данных о средних продажах.

Результатом применения метода XYZ-анализа является группировка товаров следующим образом:

– Группа Х ($v \leq 10$) – товары, характеризующиеся стабильной величиной потребления (со стабильными продажами, стабильностью спроса) в выбранном периоде и высокими возможностями прогнозирования. Основная задача службы закупок – привозить ровно столько товара, сколько продается, чтобы не создавать избытка на складе, т.е. внедрение логистической системы «точно в срок», поскольку в каждый период продается практически одинаковое количество товаров;

– Группа Y ($10 < v \leq 25$) – товары, характеризующиеся известными сезонными колебаниями, средней стабильностью продаж и средними возможностями их прогнозирования. Основная задача специалистов службы закупок – тщательно обдумать заказ поставщику;

– Группа Z ($v > 25$) – группа товаров, которые продаются очень редко и продажи которых невозможно предсказать, с нерегулярным потреблением, слишком большими колебаниями. Какие-либо тенденции данного товара отсутствуют, точность прогнозирования невысока или вообще невозможна [5, 6].

Методы ABC- и XYZ-анализа позволяют совместно использовать для анализа преимущества как метода ABC-, так и метода XYZ-анализов. Для этого данные по продажам разбивают на 9 групп в зависимости от вклада в выручку предприятия (метод ABC-анализа) и регулярности покупок (метод XYZ-анализа). После проведения двух данных видов анализа составляется итоговая матрица (рис. 2), оценка которой позволяет оптимальным образом сформировать запас на складе предприятия [3, 5, 6].

	A (80%)	B (15%)	C (5%)
X ($v \leq 10$)	AX высокая потребительская стоимость, высокая степень надежности прогноза вследствие стабильности потребления	BX высокая потребительская стоимость, средняя степень надежности прогноза вследствие нестатистичности потребления	CX высокая потребительская стоимость, низкая степень надежности прогноза вследствие стохастичности потребления
Y ($10 < v \leq 25$)	AY средняя потребительская стоимость, высокая степень надежности прогноза вследствие стабильности потребления	BY средняя потребительская стоимость, средняя степень надежности прогноза вследствие нестатистичности потребления	CY средняя потребительская стоимость, низкая степень надежности прогноза вследствие стохастичности потребления
Z ($v > 25$)	AZ низкая потребительская стоимость, высокая степень надежности прогноза вследствие стабильности потребления	BZ низкая потребительская стоимость, средняя степень надежности прогноза вследствие нестатистичности потребления	CZ низкая потребительская стоимость, низкая степень надежности прогноза вследствие стохастичности потребления

Рис. 2. Итоговая матрица оценки результатов применения методов ABC- и XYZ-анализа при управлении закупками

Такая классификация товаров по методам ABC- и XYZ-анализа упрощает работу при планировании и формировании ассортимента, способствует сокращению количества упущенных продаж, уменьшению излишек товаров, минимизации суммарных затрат, связанных с запасами.

В качестве источников данных для прогнозирования спроса на товары можно использовать:

- потребности покупателей;
- объем продаж за прошлый период времени;
- объем закупок за определенный период времени;
- ранее составленные планы продаж и закупок;
- заказы собственных магазинов и торговых точек [1, 4].

Результат прогноза спроса на товары представлен в отчете «План продаж». Данные прогноза и плана закупок можно сопоставить.

Для проведения анализа и выбора поставщиков в программе «1С: Предприятие. Управление торговлей» предусмотрено хранение информации о номенклатуре каждого поставщика, в том числе об отпускных ценах на товары, условиях доставки, сроках поставки, а также субъективной оценке надежности поставщика. Автоматизирован анализ цен и ассортимента поставщиков (рис. 3).

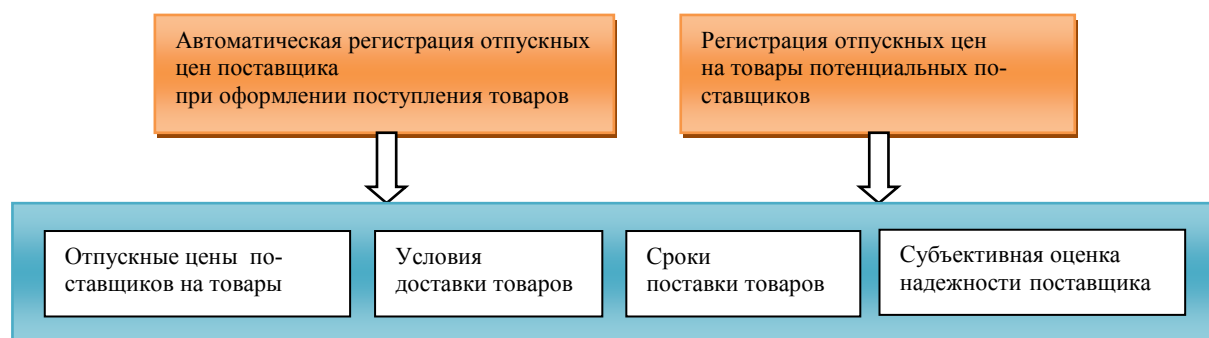


Рис. 3. Автоматизированный процесс анализа цен и ассортимента поставщиков с помощью прикладной программы «1С: Предприятие. Управление торговлей» [1, 4]

Данный анализ позволяет выявить поставщиков, у которых отпускные цены на товары минимальны.

Программа «1С: Предприятие. Управление торговлей» позволяет формировать заявки поставщикам несколькими способами:

- заявки на поставки товаров повседневного спроса, которые выполняются на регулярной основе;
- заявки поставщикам на дорогостоящие эксклюзивные товары, которые выполняются после получения от покупателя оплаты за этот товар;
- формирование заявок поставщикам на основании анализа потребности в товарах.

Обобщение потребностей, выбор лучших поставщиков и формирование заказов поставщикам выполняются с помощью «Календарного плана закупок», соответствующего рисунку 4.

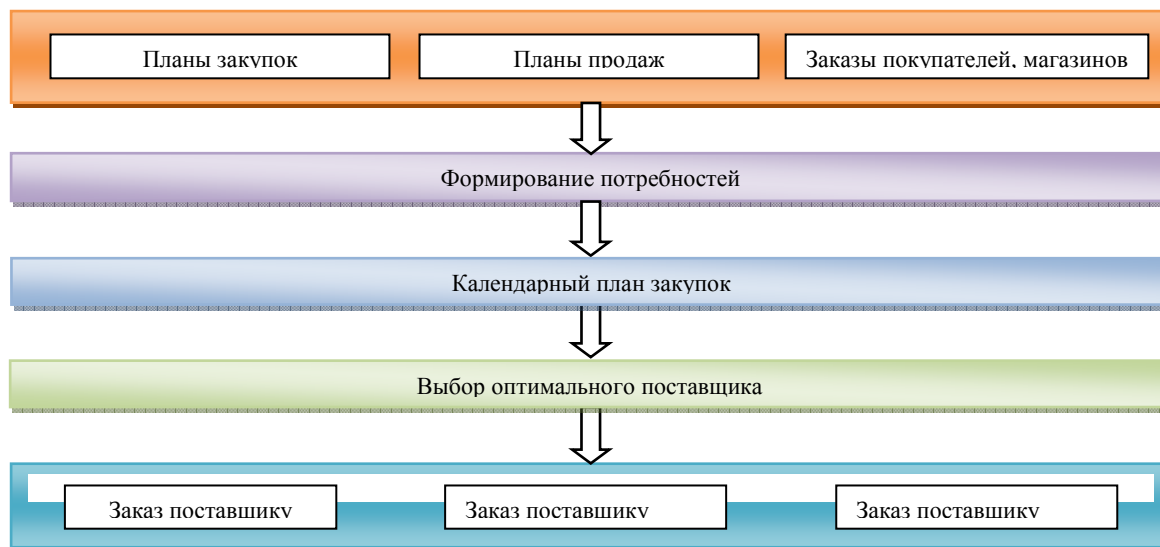


Рис. 4. Разработка календарного плана осуществления закупок при формировании заявок поставщикам с помощью прикладной программы «1С: Предприятие. Управление торговлей» [1, 4]

Для создания «Календарного плана закупок» при формировании заявок поставщикам удобно использовать специальный «Помощник заполнения календарного плана закупок».

Программой «1С: Предприятие. Управление торговлей» предусмотрено выполнение различных операций, связанных с заказами. Выполнение поставок можно оперативно контролировать. Также программа позволяет составить график поставок товаров (рис. 5).

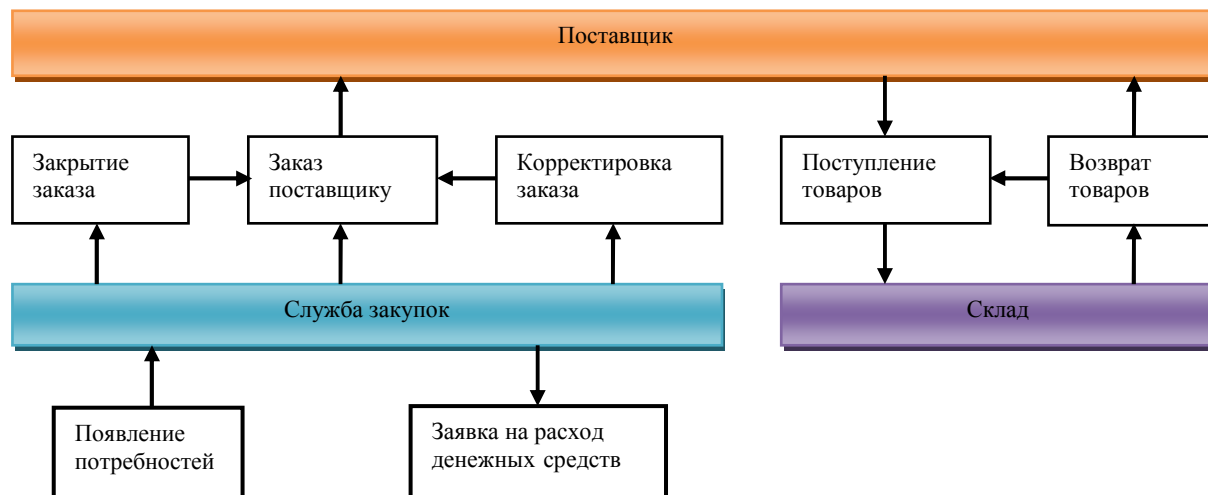


Рис. 5. Составление графика поставок товаров с помощью прикладной программы «1С: Предприятие. Управление торговлей» [1, 4]

Сопоставить предполагаемые даты поставок и отгрузок можно с помощью отчета «Оперативный товарный календарь». Оперативно проконтролировать своевременность оплаты поставщику за товары можно с помощью «Календаря пользователя». Также в программе предусмотрено формирование «Платежного календаря».

С помощью прикладной программы «1С: Предприятие. Управление торговлей» оплата и поступление товаров от поставщика могут быть оформлены в рамках заказа поставщику, договора или конкретного документа поступления. Поступивший товар можно зарезервировать для отгрузки по выбранному «Заказу покупателя». Поступление товаров от комитента оформляется в рамках договора комиссии.

Для импортных товаров в программе «1С: Предприятие. Управление торговлей» регистрируются номера грузовых таможенных деклараций (ГТД) и страна происхождения.

Кроме того, программа «1С: Предприятие. Управление торговлей» позволяет регистрировать поставки товаров, поступивших без сопроводительных документов. Такие товары можно реализовать в розницу или оптом, при этом сопроводительные документы для них могут быть оформлены позже. При этом ведется учет дополнительных расходов, которые сопутствуют поставке товаров и влияют на их себестоимость.

Специалисты-логисты службы закупок предприятия могут формировать отпускные цены на товары с учетом торговой наценки непосредственно при поступлении товаров от поставщика. Кроме того возможно формирование цен в разрезе характеристик товаров (цвета, размера, объема, полноты и т.д.).

Заключение. Прикладная программа «1С: Предприятие. Управление торговлей» является универсальной системой автоматизации таких направлений хозяйственной деятельности, как управление взаимоотношениями с клиентами, продажами и маркетингом, торговыми представителями, денежными средствами, запасами, закупками, финансовым учетом. Она может поддерживать различные системы и методологии учета, использоваться на предприятиях различных видов деятельности. Программный продукт «1С: Предприятие. Управление торговлей» имеет свою конфигурацию для Республики Беларусь, что позволяет вести учет наличия и движения товаров, состояния взаиморасчетов с поставщиками, а также находить многие другие прикладные решения, отражающие специфические особенности для ее экономики. Управление отношениями с покупателями и поставщиками в программе осуществляется с помощью календаря пользователей, методов ABC- и XYZ-анализа продаж и анализа стадий взаимоотношений с покупателями. Программа позволяет также управлять денежными средствами для балансировки планируемых поступлений и выплат платежного оборота, учета фактических поступлений и выплат и анализа плановых и фактических движений денежных средств. Кроме того, предусмотрен механизм управления запасами для ведения оперативного учета складских запасов.

ЛИТЕРАТУРА

1. 1С: предприятие 8 [Электронный ресурс] // Фирма «1С». – Режим доступа: <http://www.1c.ru/>. – Дата доступа: 08.08.2014.
2. Бодряков, Р.Е. ABC-анализ для повышения эффективности работы склада [Электронный ресурс] / Р.Е. Бодряков. – Режим доступа: <http://www.loglink.ru/massmedia/analytics/record/?id=274>. – Дата доступа: 08.08.2014.
3. Бодряков, Р.Е. ABC и XYZ – составление и анализ итоговой матрицы [Электронный ресурс] / Р.Е. Бодряков. – Режим доступа: <http://www.rombcons.ru/logistik2.htm>. – Дата доступа: 08.08.2014.
4. Селищев, Н.В. 1С: Предприятие 8.2. Управление торговлей / Н.В. Селищев. – СПб. : Питер, 2011. – 398 с.
5. Управление закупками и поставщиками : учебник; пер. с англ. Ю.А. Щербанина. – 13-е изд. – М. : ЮНИТИ: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 723 с.
6. Управление закупками на предприятии : практикум / О.И. Карпеко [и др.] ; под ред. Л.М. Михневича. – Минск : БГЭУ, 2008. – 287 с.

Поступила 07.07.2014

EFFECTIVENESS OF PROCUREMENT MANAGEMENT THROUGH THE APPLICATION SOFTWARE "1C: ENTERPRISE. TRADE MANAGEMENT" IN THE SUPPLY CHAIN

J. M. BANZEKULIVANO

The article is devoted to the modern approach to the management of procurement in the company in a competitive environment through the application software "1C: Enterprise. Management of trade." It gave a detailed description of the process of analysis and forecast of demand for certain parameters to further clarify the requirements of buyers. Pointed out that this service procurement enterprises should carry out work on the analysis and selection of suppliers, building applications and perform operations with purchase order, goods receipt and registration form selling prices. Stressed the importance of an independent or integrated application methods ABC- and XYZ-analysis of sales for the analysis of the demand for goods. Clearly identify the mechanism for the development schedule of procurement in forming applications providers and scheduling deliveries of goods with the help of the program. Drawn attention to the fact that the payment and receipt of goods from the supplier are made under purchase order, contract or document-specific revenues, and for the import of goods are recorded numbers of customs declarations and country of origin. It is noted that the formation of selling prices of products include the trade mark immediately upon receipt of goods from the supplier.