

торговля

Негоциантом будешь?

«1С:Предприятие. Управление торговлей 8.0»: основные функциональные возможности

Первая версия конфигурации «Управление торговлей 8.0» была выпущена 31 июля 2003 года. Одновременно появилась и новая технологическая платформа «1С:Предприятие 8.0». Выход как её самой, так и соответствующих прикладных решений обусловлен дальнейшим развитием системы и вновь возникшими потребностями и интересом к управленческим решениям. В основном автоматизировав и наладив процесс учёта, предприятия всё больше начинают переходить уже к таким задачам, как сквозное управление запасами и товародвижением, планирование ресурсов, и далее от основных направлений деятельности идут к автоматизации управления всем бизнесом, деятельностью всего предприятия. При разработке новой конфигурации «Управление торговлей» наиболее полно используются новые функциональные возможности платформы 8.0.

Рассмотрение основных функциональных возможностей программы ведётся автором на примере работы гипотетического торгового предприятия и решения тех задач, которые возникают перед ним.

Татьяна БОГАЧЁВА

Фирма «1С»

Мы открылись!

Итак, мы открываем наше воображаемое предприятие, допустим, в сфере оптово-розничной торговли. Сначала определим структуру предприятия. Допустим, что оно состоит из нескольких юридических лиц. Компания может иметь несколько касс, где хранятся её наличные денежные средства в различных валютах, и несколько расчётных счетов, на которых находятся её безналичные средства.

Товары хранятся на оптовых и розничных складах. Продажа с розничного склада происходит по фиксированным ценам. Розничная продажа товаров производится как в офисе магазина с использованием различного торгового оборудования — ККМ, электронных весов, дисплеев покупателей, сканеров штрих-кодов и терминалов сбора данных, так и в удалённых торговых точках (ларьках или собственных магазинах).

Поиск и привлечение клиентов

Поскольку наша компания ещё только открылась, одной из основных её задач является поиск и при-

влечение новых клиентов. Для того чтобы решить эту задачу как можно лучше, необходимо проводить различные маркетинговые акции и следить за эффективностью проведения рекламной кампании. В этом нам поможет реализованная в программе подсистема «Управление взаимоотношениями с клиентами». Информация о проведённых рекламных акциях будет храниться в справочнике «Источники обращения покупателей». При первом контакте клиента (электронное письмо, телефонный звонок, личная встреча и т. д.) менеджер, работающий с клиентом, фиксирует тот источник информации (конкретную рекламную кампанию или любую другую маркетинговую акцию), благодаря которой клиент обратился в фирму. Кроме того, фиксируется информация обо всех личных данных клиента — его адрес, телефон, а также телефоны и адреса всех его представителей. В дальнейшем с помощью специализированных отчётов можно будет провести анализ эффективности рекламной кампании и даже получить эту информацию в виде рейтинга (рис. 1).

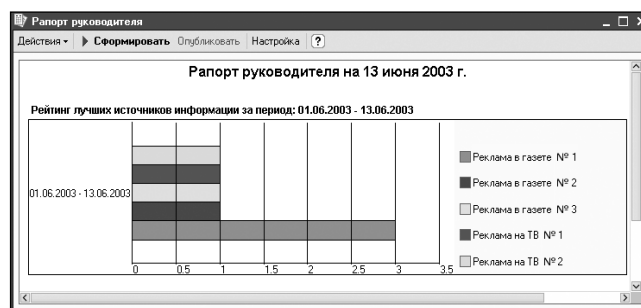


Рис. 1

Используемая в программе система напоминаний позволит очень внимательно отнестись к новым клиентам и вовремя поздравить их с наступающими праздниками или с днями рождения, отправив им по электронной почте письмо с приложенным красочным поздравлением.

Менеджер, работающий с клиентами, сможет в любой момент отследить все важные контакты с клиентом, вспомнить все предыдущие договорённости с ним и запланировать новые контакты.

Текущая работа с клиентами

Мы привлекли новых клиентов, компания начала осуществлять продажи им товаров, и теперь для нас

СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

самое главное — обслужить как можно большее количество покупателей, при этом имея на складе наименьший запас товаров. В этом нам поможет подсистема «Управление заказами покупателей». Она позволит реализовать наиболее эффективную для предприятия стратегию обслуживания заказов покупателей и в соответствии с выбранной стратегией и схемами работы, используемыми на предприятии (работа со склада, под заказ), оптимальным образом размещать заказы покупателей в заказах поставщикам и резервировать товары на складах, обеспечивать соблюдение сроков поставки заказанных товаров, удовлетворять запросы как можно большего количества клиентов и при этом избегать возникновения избыточных складских запасов.

Всё это позволит нам повысить качество обслуживания заказчиков за счёт своевременного исполнения заказов покупателей.

При работе с покупателями могут быть применены три основные стратегии: отгрузка из текущих остатков со склада; резервирование товаров в счёт будущих поступлений по ранее оформленным заказам поставщиков; работа под заказ, т. е. заказ товара поставщику под конкретный заказ покупателя. Резервирование товара под будущие поставки производится в момент оформления поступления товара от поставщика.

Для создания оптимальной схемы резервирования товаров на складах и размещения товаров в заказах покупателей в программе предусмотрен алгоритм автоматического резервирования и размещения. Использование данного алгоритма поможет оптимально разместить резерв товаров на складах и в заказах поставщикам, исходя из наличия товаров на конкретном складе и соответствия даты поступления и даты отгрузки в заказах поставщиков и заказах покупателей.

В программе всегда можно получить информацию о состоянии текущего заказа с помощью отчёта «Анализ заказов». Он покажет, полностью ли получена оплата по заказу, можно ли отгрузить товар со склада, когда ожидается получение товаров от поставщика.

Для оперативного контроля за состоянием заказов и своевременного реагирования на задержки оплаты по заказу также используется подсистема управления взаимоотношениями с клиентами.

В программе предусмотрена возможность автоматического напоминания о запланированных контактах или напоминание об оплате заказа или отгрузке по заказу.

Удобным инструментом для работы менеджера является «Календарь пользователя», в котором отражены все текущие операции отгрузки и оплаты по заказам покупателей. С помощью календаря менеджер может планировать своё рабочее время, а руководитель — контролировать рабочее время менеджера.

При работе с покупателями важно не только отслеживать текущие взаимоотношения с покупателями, но и анализировать историю взаимоотношений с покупателями. Например, определить, какие покупатели наиболее значимы с точки зрения различных критериев (например, по сумме продаж или по сумме полученной прибыли), сколько покупателей было потеряно за определённый период времени, сколько было приобретено новых покупателей. В проведении такого анализа нам поможет ABC- и XYZ-анализ покупателей.

Сущность XYZ-анализа состоит в том, что в соответствии с заданными критериями каждому покупателю присваивается определённый статус — разовый покупатель, постоянный, потерянный. В то же время постоянный покупатель делится на классы XYZ в соответствии со степенью его стабильности. Критерием для оценки стабильности покупателей могут служить количество продаж, сумма прибыли, сумма отгрузки, интервал между выпиской расходных документов.

В программе автоматически отслеживается переход покупателя из одной категории в другую в соответствии с представленной на рис. 2 схемой.

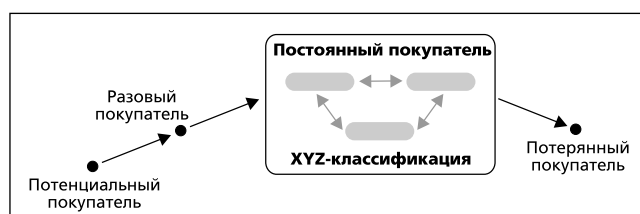


Рис. 2

Кроме XYZ-анализа в программе предусмотрен ABC-анализ клиентов, который основан на принципе, сформулированном Вильгельмом Паретто, и больше известен как «принцип 20 на 80». С помощью ABC-анализа покупатели делятся по степени их значимости: покупатели высокой важности (А-класс), средней важности (В-класс) и низкой важности (С-класс). Критерии, по которым определяется степень важности покупателей, настраиваются самим пользователем, это может быть, например, сумма выручки или сумма прибыли.

Проведение такого анализа обеспечит индивидуальный подход к каждому покупателю. Например, тому, кто является важным и стабильным, можно отгружать товар в кредит, а нестабильному — только на условии полной предоплаты. Отслеживание взаиморасчётов с контрагентами ведётся на уровне договоров. При этом предусмотрены различные схемы ведения договоров покупателей, начиная от наиболее обобщённого — по долгосрочным договорам — до отслеживания оплаты конкретной накладной в случае ведения взаиморасчётов по конкретным документам. При ведении взаиморасчётов с контрагентами по заказам покупателей можно автоматически отслеживать процент пред-

оплаты по заказу и применять различные стратегии работы, например отгрузку в кредит (с контролем максимально возможной суммы кредита по заказу) или отгрузку товаров только при получении от покупателя 100-процентной предоплаты.

Ещё одним важным моментом при работе с клиентами является правильное назначение клиентам цен и скидок. В этом вопросе нам поможет представленный в программе механизм ценообразования. Подсистема «Управление ценообразованием» предоставляет широкие возможности для управления отпускными ценами на товары, построения различных схем формирования цен и скидок.

Функции механизма ценообразования позволяют:

- регистрировать и сравнивать цены, предлагаемые различными поставщиками, и выбирать поставщика, предлагающего наилучшие условия, тем самым сокращая затраты на пополнение товарных запасов;
- автоматически отслеживать изменения цен поставщиков при регистрации очередных поставок и при необходимости производить перерасчёт отпускных цен на основании новых цен поставщиков и заданной торговой наценки;
- проводить сравнительный анализ цен поставщиков;
- документально подтверждать изменение отпускных цен и предоставляемых скидок.

Скидки могут быть назначены автоматически при превышении определённого суммового порога в документе, причём по каждой позиции товарной номенклатуры допускается устанавливать свою скидку.

Цены и скидки могут быть назначены по каждому договору с контрагентом, однако при наличии определённых прав у пользователя цены и скидки могут быть изменены и в самом документе.

Работа с поставщиками

Чтобы эффективно обслуживать покупателей, необходимо вовремя пополнять товарные запасы. Для этого предназначена подсистема «Управление закупками». Основные функции этой подсистемы:

- оперативное планирование закупок;
 - оформление заказов поставщикам и контроль их исполнения;
 - платёжный календарь расхода денежных средств.
- В программе предусмотрено автоматическое формирование заказов поставщику на основании ранее оформленных заказов покупателей. При этом заказ поставщику может быть оформлен только на те товары, которые ранее закупались у поставщика.

Предусмотрена также возможность оформления заказов нескольким поставщикам с помощью обработки «Пакетный ввод». Для управления закупками товаров в конфигурации предусмотрены различные отчёты, которые позволят составить график поставки товаров по заказам поставщи-

| Номенклатура | 10.05.2003 0:00:00 | 15.05.2003 0:00:00 | Общий итог |
|---|-----------------------|-----------------------|------------------|
| ЭКИП ТОО | | 720,000 | 720,000 |
| Ботинки женские демисезонные, пара | | 120,000 | 120,000 |
| Ботинки женские натуральная кожа, пара | | 120,000 | 120,000 |
| Женские босоножки, пара | | 120,000 | 120,000 |
| Женские ботфорты коричневые, пара | | 120,000 | 120,000 |
| Женские модельные туфли, пара | | 120,000 | 120,000 |
| Женские сапоги с искусственным мехом, пара | | 120,000 | 120,000 |
| Электроотопление | 910,000 | | 910,000 |
| Вентилятор BINATONE ALPINE 160вт, наполненный, шт | 130,000 | | 130,000 |
| Вентилятор JIPONIC (Тайвань), шт | 130,000 | | 130,000 |
| Вентилятор настольный, шт | 130,000 | | 130,000 |
| Комбайн MOULINEX A77 4С, шт | 130,000 | | 130,000 |
| Комбайн кухонный BINATONE FP 67, шт | 130,000 | | 130,000 |
| Кофеварка BRAUN KF22R, шт | 130,000 | | 130,000 |
| Кофеварка JACOBS (Австрия), шт | 130,000 | | 130,000 |
| ИТОГО: | 910,000 | 720,000 | 1 630,000 |

Рис. 3

| Документ планирования платежа | 05.05.2003 0:00:00 | 10.05.2003 0:00:00 | 10.05.2003 0:00:00 | Общий итог |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| Платеж | | | 23 686,00 | 23 686,00 |
| Заказ поставщику TK000003 от 10.05.2003 12:00:00 | | | 23 686,00 | 23 686,00 |
| ЭКИП ТОО | | 25 700,00 | | 25 700,00 |
| Заказ поставщику TK000002 от 05.05.2003 12:00:00 | | 25 700,00 | | 25 700,00 |
| Электроотопление | 198 584,00 | | | 198 584,00 |
| Заказ поставщику TK000001 от 30.04.2003 12:00:00 | 198 584,00 | | | 198 584,00 |
| ИТОГО: | 198 584,00 | 25 700,00 | 23 686,00 | 247 970,00 |

Рис. 4

ков и вовремя оплачивать эти заказы. На рис. 3 и рис. 4 приведены сформированные в программе график поставки товаров и график платежей по заказам поставщиков.

Планы продаж и сравнение показателей

При помощи подсистемы «Планирование продаж» можно осуществлять планирование всех необходимых в этой области показателей, таких как количество продаж, цена продажи, себестоимость продаж.

При планировании продаж учитываются данные за предыдущие периоды, складские остатки и заказы покупателей, а также сезонные колебания продаж.

При составлении планов допускается любая степень их детализации. Планы могут составляться как по компании в целом, так и по каждому подразделению. Используя механизм свойств, о котором мы говорили раньше, можно составлять планы продаж в различных регионах, по различным видам деятельности. Количество таких разрезов ничем не ограничивается.

Планирование продаж позволяет консолидировать планы по отдельным направлениям, составлять сводные планы продаж предприятия, увязывать стратегические планы, составленные на продолжительный период, например на квартал, с оперативными планами, составленными на неделю.

Предусмотрены различные варианты сравнения как отдельных планов, так и планов с фактически-ми показателями.

Порядок на складе

Программа «Управление торговлей» позволяет вести оперативный учёт на множестве складов. При этом можно вести учёт и получать разнообразные отчёты в разрезе характеристик и серий товаров.

Для каждого товара допускается вводить любое количество единиц измерения товаров.

Партионный учёт по товарам может вестись как по компании в целом, так и в разрезе складов. Можно также выбрать стратегию списания купленного и комиссионного товаров.

Реализованная в конфигурации возможность отслеживания неотфактурованных поставок позволяет оформлять поступление и продажу товаров без сопроводительных документов, что позволит увеличить товарооборот товаров и продавать товар «с колёс». В дальнейшем при получении таких документов будет произведена автоматическая привязка сопроводительного документа к документу продажи и можно будет узнать реальную информацию о прибыли, полученной при продаже такого товара.

Предусмотрена также возможность оформления приёма товаров на ответственное хранение. При этом можно получить отдельный отчёт о таких товарах.

Программа позволяет оформлять внутренние заказы от розничных торговых точек. На основании этих заказов можно затем автоматически формировать документы по перемещению товаров в розничные торговые точки. Это делается с помощью обработки «Пакетный ввод».

При управлении складскими запасами помимо товаров может учитываться и возвратная тара. Имеются специализированные отчёты по учёту возвратной тары, в которых можно проконтролировать её движение, назначенные лимиты возвратной тары поставщику и покупателю и оценочную стоимость этой тары.

В конфигурации ведётся учёт дополнительных расходов. Услуги, оказываемые компанией, учиты-

ваются как при поступлении, так и при продаже товаров. Услуги, оказываемые сторонними организациями, можно оформить до поступления товаров.

Анализируем информацию

Мощная и гибкая система отчётов позволяет проводить анализ практически всех аспектов торговой деятельности и товарооборота предприятия. Пользователь может получать информацию по состоянию складских запасов, заказов, продаж, взаиморасчётов — в любых разрезах с требуемой детализацией и в динамике (например, отслеживать динамику продаж за период с детализацией по дням).


Для получения обобщающей информации о деятельности компании в программе предусмотрен отчёт «Рапорт руководителю». Он собирает самую разнообразную информацию в максимально ёмком виде. По этому отчёту можно оперативно отследить динамику продаж товаров в течение дня или недели, сравнить эти данные с продажами предыдущих месяцев, оценить кредиторскую и дебиторскую задолженность по контрагентам, проконтролировать текущие остатки в кассах и на банковских счетах, просроченные задолженности и многое, многое другое. Всего в этом отчёте порядка 30 показателей, а их список настраивается пользователем. Руководители служб разных подразделений имеют возможность автоматически отправлять сводный отчёт по своим показателям руководителю компании. Время отправки и список рассылки настраиваются, и эта информация автоматически передаётся руководителю по электронной почте или сохраняется в определённом каталоге на диске.

Обмениваемся данными

Обмен данными с программой «1С:Бухгалтерия 7.7» ведётся на уровне документов. Имеется в виду, что документы из конфигурации «Управление торговлей» выгружаются в соответствующие документы программы «1С:Бухгалтерия». При этом следует отметить, что из «Управления торговлей» выгружаются только те документы, которые имеют признак регламентированного учёта. При выгрузке предусмотрена возможность отбора документов определённого вида. Также можно отобразить документы конкретного подразделения или оформленные на конкретный склад.

Если в компании ведутся продажи с учётом единого налога на вменённый доход (ЕНВД), то при выгрузке документов устанавливается соответствующий флаг — «НДС включать в себестоимость».

Информация о документах выгружается в формате XML.

Загрузка документов в программе «1С:Бухгалтерия 7.7» производится с помощью универсальной обработки загрузки данных, входящей в поставку программы. 



ООО
Технологии
обработки данных

«ТОА:Предприятие»

Специализированная информационная система для предприятий пищевой промышленности

Проектирование, продажа, настройка и сопровождение

<http://www.sqlfactory.ru>
e-mail: info@sqlfactory.ru

Тел: (095)742-88-05