

*Седлухо О.В.*

старший преподаватель кафедры экономики и управления

*Курсова И.Я.*

старший преподаватель кафедры экономики и управления

Белорусско-Российский университет

г. Могилев, Беларусь

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ ОПТОВЫМ КЛИЕНТАМ ДЛЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В данном исследовании представлены результаты проведенного анализа действующей ценовой политики торгового предприятия на примере ОАО «Бакалея Могилев». К важнейшим проблемам деятельности исследуемой организации, можно отнести медленный рост товарооборота. Так, розничный товарооборот предприятия увеличился на 3,5% в 2017 г. и 4,4% в 2018 г.; оптовый товарооборот сократился на 1,3% в 2017 г. и вырос на 3,3% в 2018 г. Также проблемой является невысокая прибыльность и низкая рентабельность работы ОАО «Бакалея Могилев».

В значительной мере решению этих проблем может способствовать проведение грамотной ценовой политики. В рамках важного элемента ценовой политики ОАО «Бакалея Могилев» должно использовать различные системы скидок для поощрения и привлечения покупателей и заказчиков продукции, которые позволят предприятию не только своевременно реализовывать имеющийся ассортимент товаров, но и стимулировать потребителей.

В связи с тем, что ООО «Бакалея Могилев» работает с клиентами, приобретающими оптовые партии предлагаемого товара, существует возможность разработки такой системы скидок, при которой сотрудничать выгодно и продавцу, и клиенту. В свою очередь, данные мероприятия позволят привлечь новых клиентов. За счет роста объемов реализации товаров ОАО «Бакалея Могилев» будет выгодно пересмотреть условия договоров с клиентами, делающими закупки, на предмет предоставления им скидки в зависимости от объемов закупки при условии длительного периода сотрудничества.

Конечной целью изменения ценовой политики ОАО «Бакалея Могилев» в части предоставления системы скидок является увеличение оборотного капитала, а также повышение эффективности деятельности предприятия по сбыту товаров постоянным клиентам, достижение предприятием максимальной прибыли. Основная задача при реализации данного мероприятия – правильный расчет размера скидок, позволяющий перекрыть потери ростом объема продаж товаров. Изначально предполагается, что назначение прогрессивной шкалы скидок, в первую очередь, спровоцирует рост продаж, то есть увеличение объема.

Исходя из экономического понятия прибыльности, полученная прибыль при цене со скидкой и выросшим объемом продаж должна быть не меньше (а

даже и больше), чем ожидаемая прибыль при ценах без скидок и существующем уровне продаж.

Необходимо учесть, что шкала скидок должна разрабатываться не для одного товара, а для целой категории товаров, объем реализации которых необходимо увеличить. Шкалу скидок можно применять как индивидуально, так и совокупно для всех клиентов. В таблице 1 представлено расчет новых объемов продаж при предоставлении скидок оптовым клиентам.

Таблица 1

**Расчет новых объемов продаж  
при предоставлении скидок оптовым клиентам**

Показатель	Скидка				
	3%	5%	7%	9%	10%
Ожидаемый прирост прибыли, руб.	–	80	100	120	130
Валовая прибыль, руб.	958	1038	1058	1078	1088
Полная цена всего объема товара без скидок, руб.	7010	8898	10948	14069	16314
Закупочная цена всего объема товара, руб.	5842	7415	9123	11724	13595
Требуемый объем продаж по ценам со скидкой, руб.	6800	8453	10182	12803	14683
Отношение требуемого объема к текущему, %	–	24,3	49,7	82,3	116,0
Количество товара, кг. (на примере кондитерских изделий)	800	995	1198	1506	1727

При предоставлении скидки ОАО «Бакалея Могилев» клиенту в размере 7% требуемый объем продаж со скидкой должен быть не менее 10182 руб. Следовательно, покупатель может рассчитывать на скидку в размере 7%, если увеличит закупки товара минимум на 49,7%.

При предоставлении скидки ОАО «Бакалея Могилев» клиенту в размере 9% требуется повысить прибыль на 120 руб., поэтому покупатель должен приобрести товаров как минимум на сумму 12803 руб. Следовательно, покупатель может рассчитывать на скидку в размере 10%, если увеличит закупки товара минимум на 82,3%.

При предоставлении скидки ОАО «Бакалея Могилев» клиенту в размере 10% требуется повысить прибыль на 130 руб. на предлагаемый объем товара – 14683 руб. Таким образом, если клиент ОАО «Бакалея Могилев» захочет скидку в размере 10%, то объем закупаемого товара должен вырасти на 116%, что позволит сделать такое сотрудничество взаимовыгодным.

Внедрение прогрессивной шкалы скидок потребует введения нового пакета «1С-Бухгалтерия: Торговля и склад» и обучения персонала.

Компонент пакета «1С-Бухгалтерия: Торговля и склад» вводит данные о покупках также в контур «1С-Бухгалтерия» и тем самым автоматизирует бухгалтерский учет.

Стоимость организации внедрения прогрессивной шкалы скидок составит:

- дополнительная компонента пакета «1С-Бухгалтерия: Торговля и склад» – 500 руб.; программа «Дисконт» – 200 руб.; ридер (2 шт. по 180 руб.) – 360 руб.
- обучение менеджеров по работе с клиентами по обращению с новым программным обеспечением и с ридером займет 8 часов, затраты составят 5 руб./час. Первоначально планируется обучение 3 человека. Таким образом, затраты на обучение персонала будут равны: 5 руб./час. × 8 часов × 3 человека = 120 руб.

Итого затраты составят:  $3 = 500 + 200 + 360 + 120 = 1180$  руб.

Изменение основных экономических показателей, которые произойдут вследствие принятых мер, представлены в таблице 2. Расчет сделан на примере предоставления клиентам скидки в размере 5% (пропорционально расчетам таблицы 1).

Таблица 2

Изменение экономических показателей ОАО «Бакалея Могилев»  
по результатам предоставления скидок оптовым клиентам

Показатель	До мероприятий (данные за 2018 г.)	После проведенных мероприятий	Изменения	
			Абсолютное, ±	Относительное, %
Выручка, тыс. руб.	27435	27770	+335	101,2
Себестоимость, тыс. руб.	22365	22574	+209	100,9
Валовая прибыль	5070	5196	+126	102,5
Прибыль от реализации	516	640	+124	124,0
Рентабельность реализованных товаров, %	2,31	2,83	+0,52	–
Рентабельность от продаж, %	1,88	2,30	+0,42	–

Как видно из таблицы 2, после проведения мероприятий по предоставлению скидок оптовым клиентам, выручка от реализации увеличится на 335 тыс.руб. или 101,2% к уровню периода до проведения мероприятия; валовая прибыль станет на 209 тыс.руб. выше (102,5%), а прибыль от реализации – на 126 тыс.руб. (124%). Кроме того, с учетом роста объемов реализуемой продукции происходит рост рентабельности реализованных товаров ОАО «Бакалея Могилев» на 0,52%, а рентабельности от продаж – на 0,42%.