

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ОПТОВЫМ ТОВАРООБОРОТОМ

Е.Н. Чернякова, О.А. Пичугова

Целью исследований является анализ и повышение эффективности работы ОАО «Бакалея Могилев». Создана математическая модель объекта; разработано программное обеспечение, позволяющее на основе всестороннего анализа оптового товарооборота оптимизировать процессы выбора поставщика и установления оптовой наценки.

Ключевые слова: прибыль, оптовая наценка, анализ оптового товарооборота, управление оптовым товарооборотом.

Объектом исследования в данной научной работе является оптовый товарооборот предприятия ОАО «Бакалея Могилев».

В настоящее время в условиях обостряющейся конкуренции на рынке различия между поставщиками становятся менее заметными, а компании-покупатели вынуждены сами формулировать конкурентоспособные предложения с минимальными затратами [1]. Достаточно важным вопросом для ОАО «Бакалея Могилев» является управление процессом закупок. На предприятии не проводится работа по анализу и ранжированию поставщиков, а также по выбору оптимального поставщика, закупка того или иного товара у которого была бы наиболее выгодна для предприятия.

Кроме того, прибыль ОАО «Бакалея Могилев» зависит от объема продаж. На предприятии в настоящее время не используются методы установления оптимальных наценок и скидок при оптовой продаже товаров. Управление процессом продажи способствует привлечению новых клиентов, создает дополнительные преимущества над конкурентами и улучшает деятельность предприятия в целом. Ведь, от того, насколько гибкая система наценок и скидок при продаже разных партий товаров организована на предприятии, зависит его привлекательность для покупателей.

Для повышения эффективности работы предприятия необходимо определение поставщиков, закупки у которых наиболее выгодны, а также оптимальной наценки при оптовой продаже товаров.

Таким образом, целью данной научной работы является повышение эффективности работы ОАО «Бакалея Могилев» на основе управления оптовым товарооборотом.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи: проведён анализ оптового товарооборота, выполнено управление процессом закупок методом многокритериальной оценки выбора поставщика и управление процессом продажи путем определения оптимальной наценки при оптовой продаже товаров.

Для автоматизации процесса анализа оптового товарооборота была разработана программная система в среде визуального объектно-ориентированного программирования C++ Builder 6.

Для управления оптовым товарооборотом была разработана программная система в пакете Microsoft Excel с использованием языка Visual Basic for Application.

Одним из вариантов повышения эффективности работы ОАО «Бакалея Могилев» является управление процессом закупок, которое позволяет определить наиболее выгодных для предприятия поставщиков и оптимальные объемы закупок у каждого из них. В данном случае был применен метод многокритериальной оценки выбора поставщика, предполагающий использование комплексных критериев, которые наиболее

полно отражают основную цель закупки продукции со стороны покупателя и позволяют сравнивать возможности поставщиков.

Целевая функция - суммарный критерий эффективности в виде свертки частных комплексных критериев – математически записывается в виде

$$W = g_1 \cdot K_1 + g_2 \cdot K_2 + g_3 \cdot K_3 \rightarrow \max \quad (1)$$

где g_1, g_2, g_3 – весовые коэффициенты;

K_1 – комплексный критерий стоимости;

K_2 – комплексный критерий условий поставки и форм расчета;

K_3 – комплексный критерий качества.

Комплексный критерий стоимости представляет собой отношение минимальной цены, предлагаемой поставщиками (с учетом транспортных расходов), к цене закупок. Комплексный критерий условий поставок и форм расчета характеризует (с учетом коэффициентов эффективности) долю закупок, производимых на тех или иных условиях в общем объеме закупок. Комплексный критерий качества характеризует долю качественной продукции в общем объеме поставок.

Система ограничений оптимизационной задачи включает в себя ограничения обусловленные потребностями и бюджетными возможностями предприятия – потребителя, а также возможностями поставщиков

$$\left\{ \begin{array}{l} \sum_{i=1}^N V_i \geq V_{II}, \\ V_i \leq V_{огр\ i}, \\ V_i \geq 0, \\ V_i - \text{целое}, \\ \frac{\sum_{d=1}^m V_{он\ d}}{N} \geq D_{он}, \\ \frac{\sum_{j=1}^s V_{фн\ j}}{N} \leq D_{фн}, \\ \frac{\sum_{k=1}^l V_{н\ k}}{N} \leq D_n \end{array} \right. \quad (2)$$

где V_i – объем закупок продукции у i -ого поставщика, шт.;

$V_{огр\ i}$ – возможности предприятия – поставщика,

V_{II} – потребность предприятия – потребителя в продукции в заданный интервал времени.

$V_{он\ d}, V_{фн\ j}, V_{н\ k}$ – объемы закупок у поставщиков, допускающих отсрочку платежа, на условиях по факту поставки и требующих предоплату соответственно;

$D_{он}, D_{фн}, D_n$ – доля закупок продукции в общем объеме закупок на условиях отсрочки платежа, по факту поставки и предоплаты соответственно;

N – количество поставщиков;

m, s, l – количество поставщиков, допускающих отсрочку платежа, работающих на условиях оплаты по факту поставки и требующих предоплату

соответственно [2].

В результате решения задачи оптимизации были не только определены наилучшие поставщики по заданным критериям эффективности, но и получены оптимальные объемы закупок у каждого из них, что позволит предприятию сократить затраты на закупку продукции.

Анализ результатов показал, что после проведения оптимизации объема закупок у каждого поставщика суммарные затраты на закупку товара могли бы уменьшиться на 56,8 млн. р.

Анализ оптового товарооборота показал уменьшения объемов продаж по отдельным товарным группам, а также уменьшения прибыли от их реализации. Для повышения объемов продаж и увеличения прибыли от реализации товаров необходимо управлять процессом продажи путем определения оптимальных наценок при оптовой продаже товаров.

Для определения наценок и скидок в зависимости от объема продаваемых партий товаров был применен метод постоянного маржинального дохода. Скидки определяются в пределах между максимальной (H_{max}) и минимальной (H_{min}) наценками к цене приобретения товаров. Максимальные наценки определяются законодательством, минимальные – предприятием. Минимальная партия продается с максимальной наценкой, максимальная – с минимальной. Объемы минимальной и максимальной партий определяются предприятием. Размер продаваемых партий определяется в ценах их приобретения. Переменные затраты партий товаров принимаются равными стоимости их приобретения.

Если задан объем партии, то для нее наценка определяется по формуле

$$H = H_{max} \cdot \frac{ПЕ_{min}}{ПЕ} \quad (3)$$

где H – наценка, %;

H_{max} – максимальная наценка, %;

$ПЕ_{min}$ – стоимость в ценах закупки минимальной партии, млн.р.;

$ПЕ$ – заданный объем партии в ценах закупки, млн.р.

Наценка для партий с промежуточными значениями по отношению к шкале оптовых наценок определяется следующим образом

$$H_{III} = H_1 - \frac{H_1 - H_2}{ОП_2 - ОП_1} \cdot (ОП - ОП_1), \quad (4)$$

где H_{III} – наценка для партии с промежуточным значением по отношению к построенной шкале, %;

H_1, H_2 – наценки левого и правого промежутка построенной шкалы наценок, %;

$ОП_1, ОП_2$ – стоимость партий левого и правого промежутка построенной шкалы наценок, млн. р.;

$ОП$ – стоимость в промежутке от $ОП_1$ до $ОП_2$, млн. р.[3]

В результате применения данной методики была построена шкала оптовых наценок, и в соответствии с ней рассчитаны оптовые наценки для партий с промежуточными значениями по отношению к данной шкале.

Анализируя полученные результаты можно сделать вывод, что после внедрения системы управления процессом продажи товаров по всем управляемым товарным группам прибыль от их реализации могла бы увеличиться на 190,4 млн. р.

В итоге, общий эффект от внедрения системы управления оптовым товарооборотом на ОАО «Бакалея Могилев» может составить 247,2 млн. р.

Литература

1. *Кравченко, Л. И.* Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник / Л. И. Кравченко. – 6-е изд., перераб. – М.: Новое знание, 2003. – 526 с.
2. *Бажин, И.В.* Управление процессом закупок методом многокритериальной оценки выбора поставщика // *И.В. Бажин, Н.А. Барина, В.М. Сысоев* // Проблемы теории и практики управления. – 2006 г. - № 8. – с.102-110.
3. *Журавлев, В.А.* Определение наценок и скидок при оптовой продаже товаров / *В.А. Журавлев* // Экономика/Финансы/Управление. – 2008 г. - № 6. – с.24-29.

Чернякова Екатерина Николаевна

Выпускница 2009 года экономического факультета
Белорусско-Российский университет, г. Могилев
Тел.: +375(017) 249-93-32
E-mail: katya_borodenko@mail.ru

Пичугова Ольга Анатольевна

Старший преподаватель кафедры «Экономическая информатика»
Белорусско-Российский университет, г. Могилев
Тел.: +375(222) 48-13-64
E-mail: olga_mogilev@mail.ru