

АНАЛИЗ ПРОДАЖ И ФОРМИРОВАНИЕ ЗАКАЗОВ

Основная задача менеджера по закупкам магазина – определить поставщиков и товарные позиции с недостаточным текущим товарным остатком для оформления документов на поставку **Заказ поставщику** или **Заказ на перемещение**.

Определить потребность в товарах можно как с помощью группы отчетов о продажах, так и с помощью обработки **Анализ продаж и формирование заказов**. Как в том, так и в другом случае основным требованием является совпадение учетных данных о текущих товарных остатках и о фактических остатках товара на полках магазина. Это достигается с помощью регулярных инвентаризаций в отделах торгового зала и подсобных складских помещениях.

Анализ продаж и работы с поставщиками

Порядок работы менеджера по заказам следующий:

1. Определить товар с истекающими остатками.
2. Определить источник пополнения товаров.

3. Сделать заказ.
4. Согласовать заказ у поставщика.

При устоявшихся связях с поставщиками первые два пункта можно объединить, формируя отчет по продажам товаров в разрезе поставщиков. Это можно сделать с помощью отчетов группы раздела **Закупки**. Программа подскажет объем заказа, останется только согласовать состав и дату поставки. Проведение заказа означает, что заказ согласован по всем параметрам.

Помимо статистики продаж товаров, для работы с поставщиками важна дополнительная информация, свидетельствующая о качестве работы поставщика и поставляемых им товаров. Ее предоставляет группа отчетов раздела **Закупки: Закупки и Работа с поставщиками**.

Отчет «Анализ потребности в поставках»

Для определения поставщиков, которым пора делать заказ, служит отчет **Анализ потребности в поставках**. В отчет выводится список всех поставщиков магазина, в том числе и распределительных центров, с примерной суммой заказа. Сумма заказа определяется по количеству товаров, необходимых для обеспечения указанного количества дней продаж на основании средних продаж за период отчета. Список поставщиков сортируется по убыванию по сумме заказа, поэтому поставщики, которым нужно сделать заказ в первую очередь, выводятся в первых строках отчета.

Отчет «Ведомость по заказам товаров»

В отчет выводится информация о заказанных, о поступивших за период отчета и ожидаемых к поступлению товарах в разрезе магазинов. Выводится информация о не

полностью выполненных заказах на перемещение, если на предприятии приняты допоставки.

Отчет «Ведомость по поступлениям товаров»

В отчет выводится информация о поступившей за указанный период номенклатуре в натуральном и суммовом выражении. Отчет формируется в разрезе поставщиков магазинов.

Отчет «Исполнительность поставщика»

В отчете предоставляется результат сравнительного анализа документов **Заказ поставщику** и **Поступление товаров от поставщика**. В отчет выводятся документы поступления, вошедшие в отчетный период, и информация о заказах, по которым пришли товары.

В качестве показателей исполнительности поставщика по каждому документу поступления берутся расхождения с плановыми показателями заказа:

- по сроку поступления,
- количеству позиций заказа,
- количеству заказанного товара,
- сумме заказа.

Учитываются отклонения как в большую, так и в меньшую сторону: суммируются модули показателей и относятся к оборотам за указанный период.

Отчет «Анализ причин возвратов поставщику»

В отчете выводится количество возвращенных поставщику позиций номенклатуры в сравнении с поступившим за тот же период количеством. Для каждой номенклатурной позиции выводятся также суммовые показатели и средние розничная

цена и цена поступления. Строки группируются в разрезе аналитик хозяйственной операции **Возврат поставщику**, установленных пользователем в справочнике **Аналитики хозяйственных операций**.

Отчет «Анализ расхождений по поставке»

В отчете предоставляется информация о поступлениях, при которых обнаружилось расхождение между количеством по факту поставки и количеством, указанным в документах сопровождения. Расхождения регистрируются в документе **Поступление товаров**. Отчет формируется в разрезе поставщиков и документов за указанный пользователем период. Выводятся расхождения по количественным и суммовым показателям каждой товарной позиции и по итоговым суммам поставки.

Отчет «ABC-анализ продаж»

ABC-анализ товаров состоит в сортировке всех товаров на три группы (А, В и С) в соответствии со степенью их важности (например, в соответствии с объемом выручки или общего количества продаж). Подобное разбиение дает возможность определить те товары, которые требуют особого внимания. ABC-анализ может проводиться по различным показателям: например, количеству продаж, выручке, выручке без учета скидок. ABC-анализ строится на принципе «20 на 80» (закон Парето). Параметры процентов групп можно указать вручную.

Формирование заказов с помощью сервиса «Анализ продаж и формирование заказов»

Формирование заказов может производиться как вручную из списков документов **Заказы поставщикам** и **Заказы на**

перемещение, так и с помощью сервиса **Анализ продаж и формирование заказов (Закупки – Сервис)**. Сервис применяется для определения потребности в товарах на определенный срок. Позволяет следить за наполнением товарных категорий и наличием назначенного в ассортимент товара в остатке каждого магазина. Используется при формировании документов **Заказ поставщику, Заказ на перемещение, Возврат товаров поставщику**.

Если на момент формирования отчета имеются незакрытые просроченные заказы, то при открытии формы сервиса программа выведет сообщение: «Перед работой рекомендуется закрыть просроченные заказы». Пользователь может воспользоваться командой **Перейти к списку просроченных заказов**, отсортировать просроченные заказы по магазину и поставщику, отметить заказы, которые нуждаются в закрытии, и закрыть их с помощью команды **Выполнить закрытие заказов**. О настройке автоматического закрытия просроченных заказов см. стр. 38.

Вернувшись к формированию заказов, следует ввести параметры для расчета потребности в товарах:

- **Период расчета средних продаж** – характерный для выбранной категории статистический период, за который рассчитываются средние продажи. Длительность периода определяется экспертным путем. Для определения средних продаж каждого товара из периода анализа исключаются дни с нулевым учетным остатком;
- **Поставщик** – указывать поставщика не обязательно. В этом случае в результат выведутся все поставщики, которые поставляют указанный в отборе товар;
- **Магазин** – по умолчанию устанавливается текущий магазин или магазин, указанный в настройках пользователя;
- **Дата заказа** – устанавливается текущая дата;

- **Желаемая дата поставки** – планируемая дата поставки;
- **Дата начала продаж** – позволяет учесть технологический период предпродажной подготовки товара;
- **Количество дней продаж** – определяет период, который должен обеспечить заказ;
- **Остаток после продаж** – позволяет рассчитать страховой остаток товара на конец заданного периода продаж.

Можно использовать дополнительный отбор по определенной группе товаров, воспользовавшись командой **Установить отбор**.

После ввода параметров нужно нажать кнопку **Рассчитать** на командной панели табличной части. Расчет может занять достаточно длительное время.

Пример

В пятницу 14 августа менеджеру нужно оформить заказ на лекарственные средства с поставкой на утро субботы 15 августа, на 2 дня торговли: субботу и воскресенье, 15 и 16 августа. Причем на утро понедельника исходящего остатка должно хватить примерно на 1 день торговли. Он знает, что в выходные дни потребление несколько выше, чем в будни. Поэтому для анализа статистики продаж выбирает последние выходные дни (8 и 9 августа), указывает количество дней торговли (2 дня), на которые система рассчитает заказ, планируемый исходящий остаток на 1 день и предполагаемую дату поставки – 15 августа, ограничив номенклатуру группой «Лекарственные средства».

Алгоритмы расчета потребности в товарах

Система рассчитывает рекомендованное к заказу количество по формуле: *Количество к заказу = Прогноз продаж за день * ((Дата планируемой поставки - Дата заказа) + Количество дней в периоде планирования - Исходящий*

остаток в днях торговли) - (Текущий остаток + Количество заказано).

В программе поддерживаются два способа прогнозирования продаж:

- среднедневные продажи за весь период,
- средние продажи по дням недели.

При использовании первого алгоритма расчета *Прогноз продаж за день = Количество продаж за период анализа / Количество дней с ненулевым остатком в периоде анализа.*

Такой алгоритм учитывает занижение среднедневных продаж из-за отсутствия товара на полке в период статистического анализа (пробелы на полке), но не прогнозирует падение или рост спроса. Лучше всего алгоритм работает для товаров хорошо обеспеченного стабильного спроса. В случае редких, нестабильных продаж или закупки нового товара количество товара к заказу определяется экспертным путем и корректируется вручную. Так как алгоритм не учитывает тенденции спроса, точность расчета рекомендованного к заказу количества падает, если период поставки (от даты заказа до даты поступления) слишком большой.

Если продажи товаров имеют отчетливую недельную периодичность или возрастающий/падающий тренд, лучше использовать алгоритм **Средние продажи по дням недели**.

При использовании этого алгоритма вычисляется тренд продаж (растущий, постоянный или падающий), продажи очищаются от тренда, и после этого вычисляется средняя величина по каждому из дней недели отдельно. На полученный недельный профиль продаж накладывается первоначальный тренд. Таким образом, при прогнозировании система автоматически увеличивает

количество продаж, если выявляется растущий тренд, и снижает, если тренд падающий.

← →

☆ Анализ продаж и формирование заказов

×

Перейти к закрытию заказов

Еще ?

Период анализа продаж: 01.01.2011 - 09.06.2016

Метод прогноза: Среднедневные продажи за период ?

Желаемая дата поставки: 09.06.2016

Дата начала продаж: 10.06.2016

Количество дней продаж: 5 дн.

Поставщик: ЗАО "Мен - фарм"

Остаток после продаж: 2 дн.

Магазин: Аптека №1

☐ Не учитывать серии

Товары

Рассчитать

Создать документы

Отображать детальные показатели

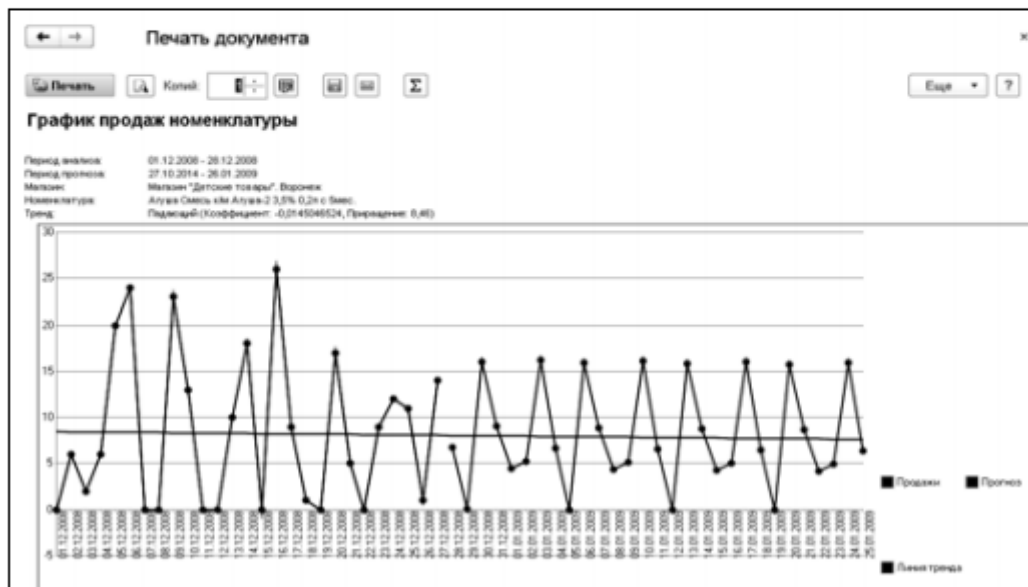
Еще

	Номенклатура	Характеристика	Потребность	К заказу			
				Кол-во	Ед. изм.	Кол-во упак.	Упаковка
<input type="checkbox"/>	Аскорутин таб. п50	321, 10.09.2017	4,395, шт	4,000	шт	4	шт
<input type="checkbox"/>	Глюкометр "Сателл...	<характеристики не...	4,000, шт	4,000	шт	4	шт
<input type="checkbox"/>	Аскорбиновая кислота	258741, 02.10.2017	-5,860, шт				
<input type="checkbox"/>	Димедрола р-р д/и...	564328, 31.08.2012	-19,385, шт				
<input type="checkbox"/>	Диазолин 0,1 № 10	3567859, 26.07.2012	-7,814, шт				
<input type="checkbox"/>	Викасол амл. 1% 1...	857421, 20.09.2017	-10,814, шт				

Пример из демонстрационной базы: анализируются продажи витаминов «АлфаВит» в аптеке №1 (Воронеж, поставщик ЗАО «Мен-фарм»). За период анализа взяты четыре недели декабря 2008 г., расчет потребности производится для продаж в течение двух недель с исходящим товарным остатком на две недели торговли. В таблице приведены расчеты количества к заказу отдельных товарных позиций.

	Метод прогноза	
	Средние продажи за весь период	Средние продажи по дням недели
«АлфаВит Классик»	192 шт.	180 шт.
«АлфаВит Школьник»	88 шт.	45 шт.
«АлфаВит 50+»	11 шт.	41 шт.

Если просмотреть графики продаж для выбранного товара с помощью команды **Показать график тренда...**, то это расхождение легко объяснится. Например, товарная позиция «АлфаВит Классик» продается с практически постоянным трендом. Поэтому оба прогноза дают практически одинаковое значение потребности.



В то же время график тренда для «АлфаВит Школьник» обнаруживает падение спроса, поэтому система рекомендует снизить заказ с 88 до 45 шт.

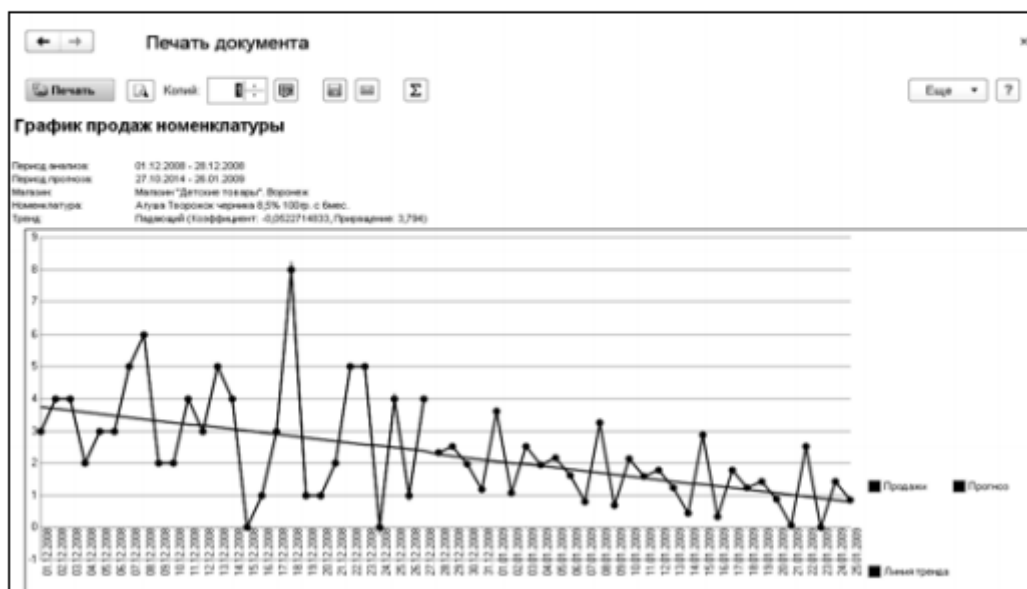
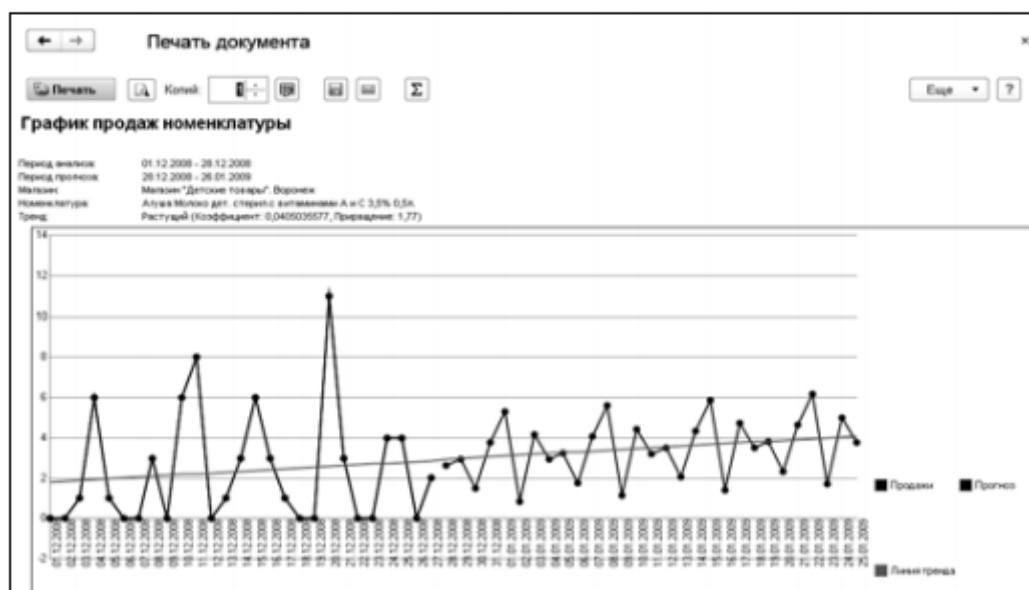


График продаж товарной позиции «АлфаВит 50+», напротив, демонстрирует рост продаж, поэтому рассчитанное с учетом тренда количество к заказу увеличено с 11 до 41 шт.



Этот пример построен на данных продаж реальной аптеки. Конечно, расчет количества зависит в значительной мере от стабильности продаж, однако менеджер, имея сведения о тенденциях спроса на тот или иной товар, может с большим основанием корректировать заказ, избегая недостатка товаров на полке при растущем спросе и затоваривания при падающем.

Следует отметить, что любой метод прогнозирования основан на предположении, что в системе поддерживаются актуальные товарные остатки. Точность прогноза также зависит от наличия товара на полках торгового зала, а также неизменности его цены и расположения на полках. Влияние факторов цены и расположения может быть учтено только экспертно.

Описанные методы расчета потребности в сочетании с управлением ассортиментом с помощью ABC-XYZ-анализа продаж (см. раздел «ABC-XYZ-анализ розничных продаж»)

помогут повысить эффективность использования товарного запаса.

Важно!

Вывод информации о потребности в группировке по поставщику имеет особенность: так как поставщиков одной и той же номенклатуры может быть несколько, необходимо учитывать, что позиция номенклатуры будет задублирована для каждого поставщика.

Например, поставщики «Первый» и «Второй» поставляют одну и ту же номенклатуру «Тонометры». Рассчитанная потребность – 10 шт. В результате обработка рекомендует к заказу:

- поставщик «Первый»: «Тонометры» – 10 шт;
- поставщик «Второй»: «Тонометры» – 10 шт.

Эту особенность необходимо учитывать, формируя заказы поставщикам последовательно, обновляя данные в обработке после каждого заказа.

Результат выполнения сервиса

По умолчанию товарные строки выводятся сгруппированными по поставщикам, в порядке убывания потребности. В качестве поставщиков будут выведены как поставщики-контрагенты, так и поставщики-магазины, в том числе и склады управляющей системы. Поставщики выводятся с сортировкой в порядке уменьшения суммы заказа. Это позволит менеджеру сконцентрироваться на поставщиках с наибольшим заказом и на товарах этих поставщиков, в которых испытывается наибольшая потребность.

← → ☆ Анализ продаж и формирование заказов

Перейти к закрытию заказов Еще ?

Период анализа продаж: 01.01.2011 - 09.06.2016 ... Метод прогноза: Среднедневные продажи за период ?

Желаемая дата поставки: 09.06.2016 ... Дата начала продаж: 10.06.2016 ...

Количество дней продаж: 5 дн. Поставщик: ЗАО "Мен - фарм" ...

Остаток после продаж: 2 дн. Магазин: Аптека №1 ...

☐ Не учитывать серии

Товары

Рассчитать Создать документы Отображать детальные показатели Еще

☐ Заказ поставщику
☐ Возврат поставщику
☐ Заказ на перемещение
☐ Заказ на перемещение (Возврат)

Номенклатура	К заказу	К возврату		
	Кол-во	Ед. изм.	Кол-во упак.	Упаковка
<input type="checkbox"/> Аскорутин таб, п/п	4,000	шт	4	шт
<input type="checkbox"/> Глюкометр "Сателл"	4,000	шт	4	шт
<input type="checkbox"/> Аскорбиновая кислота 258741, 02.10.2017	-5,860	шт		
<input type="checkbox"/> Димедрола р-р д/и... 564328, 31.08.2012	-19,385	шт		
<input type="checkbox"/> Диазолин 0,1 № 10 3567859, 26.07.2012	-7,814	шт		
<input type="checkbox"/> Викасол ампл. 1% 1... 857421, 20.09.2017	-10,814	шт		

Товарные позиции выводятся в разрезе характеристик с количественными и суммовыми показателями. В колонке **Потребность** выводится рассчитанная по введенным параметрам потребность в товаре. В последующих группах колонок **К заказу** и **К возврату** выводятся округленное до целого количество, рекомендуемое к заказу, и товарные излишки к возврату в базовых единицах измерения. Если на предприятии ведется информация об упаковках товаров (т. е. установлена настройка **Упаковки номенклатуры** на странице **Настройки номенклатуры** раздела **Администрирование**), то заказ может также быть рассчитан в упаковках, наилучшим образом приближающих необходимое количество. В колонке **Цена** выводится цена последней поставки данного товара и далее рассчитываются суммы рекомендованного заказа и возврата.

По каждой номенклатурной позиции в таблицу выводится полная информация об ассортиментной политике, о средних продажах за период аналитики, прогнозируемом остатке на дату начала продаж, ожидаемом поступлении, а также

статистика возвратов от покупателей и возвратов поставщику, зарегистрированных в заданный период анализа. Информацию по заказанным товарам можно уточнить с помощью расшифровки отчета по двойному щелчку на ячейке **Ожидаемое поступление – Кол-во**. При этом раскрывается список заказов, в котором есть данный товар.

Установка флажка **Не учитывать серии** означает, что серии не обязательны к заполнению, анализ и расчет продаж будет производиться по всей номенклатуре в целом без анализа количества продаж каждой конкретной серии. Заказы поставщикам при этом будут формироваться тоже без серий.

Создание документов по результатам выполнения сервиса

Менеджер может выбрать поставщика, установив флажок в соответствующей строке. Тогда будут отмечены все товары данного поставщика, которые попали в таблицу в результате выполнения сервиса. Менеджер также может раскрыть список товаров поставщика и установить флажки в строках избранных товаров. Нельзя одновременно отмечать товары нескольких поставщиков. В избранных строках менеджер может по необходимости изменить количество в колонках **К заказу** или **К возврату**.

После того как отмечены товары, можно создать документ **Заказ поставщику**, **Возврат товаров поставщику** или **Заказ на перемещение** с помощью сервиса **Создать документы** в командной панели табличной части. Документ будет создан, если действия менеджера были корректны. Например, документ **Возврат товаров поставщику** будет создан, если отмечены товары внешнего поставщика с ненулевым количеством в колонке **К возврату**, а документ **Заказ на перемещение** будет создан, если отмечены товары

внутреннего поставщика (другого магазина) с ненулевым количеством в колонке **К заказу**. При этом отмеченные товары будут перенесены в создаваемый документ с указанным менеджером количеством.

После формирования нового документа сервис **Анализ продаж и формирование заказов** автоматически перезапускается.

Расчет себестоимости товара

В программе поддерживается несколько методов расчета себестоимости товаров.

При работе конфигурации «Розница 8. Аптека» совместно с конфигурацией «Управление торговлей» для сопоставимости результатов отчетов рекомендуется настроить получение себестоимости товаров из конфигурации «Управление торговлей».

При автономном использовании программы можно выбрать один из методов расчета себестоимости:

- **Упрощенный (Автономный учет)** – себестоимость товаров приравнивается к цене последнего поступления товаров в магазин.
- **Средняя взвешенная оценка (Автономный учет)** – расчет по средней взвешенной оценке. При этом способе расчета себестоимость рассчитывается как средневзвешенная стоимость товаров по всем документам поступления в магазин и устанавливается в целом за месяц.
- **Средняя скользящая оценка (Автономный учет)** – при приходе товара на склады организации себестоимость товара приравнивается к цене поступления, при расходе товаров со склада себестоимость списывается по средней в разрезе складов.

Подробно о настройке, расчете и установке себестоимости см. раздел «Настройка способов учета себестоимости».

Очевидно, что при тренде на повышение закупочной цены себестоимость в последнем случае будет ниже, чем при упрощенном методе. И чем выше инфляция, тем больше будет разница. В целях управленческого учета пользователь может выбрать любую оценку.

Формирование установки себестоимости по незавершенному периоду означает, что к расчету будут приняты не все документы, а только до указанной в документе расчета себестоимости даты. Перерасчет по завершенному периоду может изменить значения себестоимости.