

В. Н. Владимиров
Аспирант кафедры «Управление качеством»
Ульяновский государственный технический университет

Новое в планировании ТМЦ на предприятиях по реализации автокомпонентов (продолжение)

Аннотация

Данная статья является продолжением исследования автора в сфере планирования закупок. Здесь подводятся итоги внедрения инновационного метода планирования закупок оптовых партий товаров на предприятиях по реализации автокомпонентов, изложенного в предыдущей статье. (В. Н. Владимиров Новое в планировании ТМЦ на предприятиях по реализации автокомпонентов // Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. науч. трудов. Вып. XXI / Под общей ред. В.С. Балабанова. - М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати "Наука и образование", 2009. - 288 с..).

Ключевые слова

закупки, планирование, автокомпоненты

V. N. Vladimirov

New in planning of the goods at the enterprises for realization of autocomponents (continuation)

The summary

Given article is continuation of research of the author in sphere of planning of purchases. Here introductions of an innovative method of planning of purchases of a wholesale consignment of goods at the enterprises for realization of the autocomponents, stated in the previous article are summed up. (V.N.Vladimirov New in planning of the goods at the enterprises for realization of autocomponents//Scientific notes: the Role and a place of civilized business in economy of Russia: the Collection of proceedings. Release XXI / Under the general edition. V.S.Balabanov. - M: the Russian Academy of business; News agency "Science and education", 2009. - 288 pgs.).

Keywords

purchase, procurement planning, auto parts

Новое в планировании ТМЦ на предприятиях по реализации автокомпонентов (продолжение)

В 2009 году автором была написана статья об инновационном методе планирования закупок партий товара на предприятиях по реализации автокомпонентов¹. Этот метод был внедрен на некоторых предприятиях автомобильной сферы в г. Ульяновск. В данной статье подводятся некоторые итоги этого внедрения.

Любое нововведение на предприятиях требует автоматизации. Инновационные разработки изначально фиксируются «на бумаге», затем переводятся в машинный код и визуализацию. Планирование требует к себе именно такого подхода - разработку машинного кода и грамотную визуализацию и интерфейс для ввода данных.

Разработанный автором метод планирования закупок складских остатков требовал именно такого подхода. Программный продукт разрабатывался на базе крупной оптовой компании по реализации автокомпонентов ПФО ООО «Авторай».

Программное обеспечение бизнес процесса «планирование» разрабатывалось на базе программы 1:С Предприятие 8.

1:С Предприятие 8 представляет собой систему программ и включает в себя технологическую платформу, созданные на ее основе прикладные решения различного масштаба и различной направленности,

¹ В. Н. Владимиров Новое в планировании ТМЦ на предприятиях по реализации автокомпонентов // Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. науч. трудов. Вып. XXI / Под общей ред. В.С. Балабанова. - М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати "Наука и образование", 2009. - 288 с.

методологию создания прикладных решений и информационно-технологическую поддержку пользователей и разработчиков.

Новое прикладное программное обеспечение учитывает ряд факторов.

- удобный ввод данных: по номенклатуре, по периоду расчета данных, по периоду планирования закупок, по менеджеру ответственному за товарную группу, по учету показателей обращения (ABC, XYZ - анализ)

- понятный интерфейс

- возможности импортировать/экспортировать данные в известные документальные и математические редакторы MS WORD, EXCEL, OPEN OFFICE

- понятный и удобный вывод данных на экран, после применения формул расчета – таблица данных

- возможность выбора основного поставщика, по которому будет производиться планирование

- возможность выбора завода изготовителя, по которому будет производиться планирование

- возможность редактирования данных в итоговой таблице

- возможность автоматического создания сопутствующего документа – заказ поставщику

- возможность учитывать возникающий дефицит продукции: привязка заказов покупателей к планированию

Итоговые данные выводятся в таблице (таблица 2). Такой вывод данных очень удобен. Все становится наглядно и удобно для редактирования. Нельзя исключать человеческий фактор. Поэтому менеджер по снабжению должен обязательно сверить данные в итоговой таблице.

После внедрения нового программного продукта (август 2009 года) основанного на методе планирования результаты не заставили себя долго

ждать. Данные по закрытию заказов покупателей и ежедневном дефиците приводятся в сводном отчете по менеджерам (Таблица 3), что также очень удобно для контроля за работой менеджеров отдела закупок. Из отчета следует, что ежедневный дефицит держится в районе $20\% \pm 5\%$, но закрытие и отгрузка заказов покупателей не опускается ниже 82%, а в основном держится в районе 89-98%.

Можно сделать вывод, что среднемесячное закрытие заказов покупателей находится на отметке 90-95% в зависимости от внешних условий рынка.

Теперь приведем соотношение остатков к продажам по бренду КамАЗ в компании ООО «Авторай» (Таблица 1, Рис. 1,2).

Таблица 1
Соотношение продаж/остатков 2010/2009

2010/2009				
	Остатки КамАЗ 2009	Остатки КамАЗ 2010	Продажи КамАЗ 2009	Продажи КамАЗ 2010
Январь	5 192 983,22	5 175 749,71	1 741 242,84	2 643 074,50
Февраль	5 093 501,39	5 465 639,88	2 636 964,60	3 515 665,50
Март	6 361 123,66	6 280 173,51	2 261 986,40	3 311 757,65
Апрель	5 008 745,26	5 442 711,81	3 505 791,05	6 085 404,16
Май	4 430 844,18	5 553 128,77	2 703 330,65	3 952 002,01
Июнь	5 172 212,75	5 188 759,65	3 162 654,71	3 626 689,05
Июль	6 110 486,69	4 458 485,64	3 452 951,83	3 485 822,67
Август	6 786 577,60	4 518 098,06	3 276 187,46	3 346 537,05
Сентябрь	5 788 212,60	5 119 778,97	4 059 933,24	4 239 034,73
Октябрь	5 963 493,98	4 825 093,70	2 500 964,25	4 517 347,76
Ноябрь	5 562 084,12	4 097 515,81	886 151,90	3 597 753,07
Декабрь	5 635 160,96	5 064 427,10	1 256 303,35	2 241 033,62

Таблица 2
Итоговая таблица вывода данных в 1С: Предприятие 8.0

Планирование закупок

Период продаж с
01.03.2010 по 01.06.2010
Период закупок с
01.06.2010 по 30.06.2010
Сезонный товар - синим
цветом

Артикул	Наименование	Внутренний код	Ед. изм.	XYZ опт	ABC опт	Продано	Дн. продажи	Ост.	Резерв	Необх. объем закупки	Цена закупки	Стоим. закупки	Ответственный менеджер за покупки	Производитель	Основной поставщик	Страховой запас	Номенклатурная группа
5320-1311010-Г	Бачок расширительный пластмассовый голый	O005921	шт	X (опт)	C (опт)	10	73	-	-	5	78,4	392	Владимиров В.Н.	Мапра ЗАО, г. Челябинск	СОЮЗ ООО	1	ЗапчастиКАМАЗ
55111-2918070	Башмак с втулкой (полиуретан)	P0028896	шт	X (опт)	A (опт)	3	26	-	-	1	2838,55	2838,55	Владимиров В.Н.	КАМАЗ ОАО, г. Набережные Челны	СОЮЗ ООО		ЗапчастиКАМАЗ
853063	Болт М14х1,5х40 на вал кард.м/о +гайка+шайба	O009537	шт	X (опт)	B (опт)	184	79	17	-	51	17,4	887,4	Владимиров В.Н.	Автономаль ОАО, г. Белебей	ГОРА-Л ООО	7	ЗапчастиКАМАЗ
5320-3414066	Вкладыш рулевого пальца верхний	O0000077	шт	X (опт)	B (опт)	72	67	-	-	30	40,16	1204,8	Владимиров В.Н.	ДААЗ ОАО, г. Димитровград	ГАРАЕВ Г.М. ИП	2	ЗапчастиКАМАЗ
142-1601130-У	Диск ведомый в сб. усиленный	P0015891	шт	X (опт)	A (опт)	6	79	1	-	1	775	775	Владимиров В.Н.	РЗОЦМ ОАО г.Набережные Челны	РЕНАВТОЦЕНТР ООО		ЗапчастиКАМАЗ
14-1601090	Диск нажимной в сб. (корзина) г.Тюмень	P0039225	шт	X (опт)	A (опт)	8	76	-	-	3	4490	13470	Владимиров В.Н.	Тюменские моторостроители ЗАО, г.Тюмень	ГАРАЕВ Г.М. ИП		ЗапчастиКАМАЗ
740-1005086*	Заглушка шатунной шейки коленвала	O0000875	шт	X (опт)	C (опт)	17	43	-	-	13	3,43	44,59	Владимиров В.Н.	РЗОЦМ ОАО г.Набережные Челны	СОЮЗ ООО	1	ЗапчастиКАМАЗ
853658	Заклепка 8x28 алюм. торм.колодки (к-т 64 шт.)	P0023775	компл	X (опт)	A (опт)	45	79	16	5	7	48	336	Владимиров В.Н.	<>	СОЮЗ ООО	3	ЗапчастиКАМАЗ
5320-8201020 (385x190)	Зеркало боковое v8 385x190 б/подогрева	O005428	шт	X (опт)	A (опт)	26	37	-	-	6	200	1166,67	Владимиров В.Н.	Элтэхком ООО, г.Н.Новгород	СОЮЗ ООО	1	ЗапчастиКАМАЗ
53212-3501090*	Колодка тормозная в сб. с накладкой Камаз	O0000878	шт	X (опт)	A (опт)	33	74	-	-	14	393,96	5515,44	Владимиров В.Н.	РЗОЦМ ОАО г.Набережные Челны	СОЮЗ ООО	2	ЗапчастиКАМАЗ

Таблица 3
Анализ дефицита по менеджерам

	01.10.10		02.10.10		03.10.10		...		31.10.10	
	Сумма Деф	Процент	Сумма Деф	Процент	Сумма Деф	Процент	Сумма Деф	Процент	Сумма Деф	Процент
А	47 899,84	4,45	58 979,61	4,03	11 639,47	3,12	44 813,11	8,62
Владимиров В.Н.		0,00	2 214,44	0,15		0,00		0,00
Б	8 695,60	0,81	4 135,98	0,28	7 870,50	2,11	125 775,24	24,20
В		0,00	7 680,30	0,52		0,00		0,00
Г		0,00		0,00	2 145,00	0,57	991,74	0,19
Д	19 403,01	1,80	34 650,33	2,37	4 924,14	1,32	3 930,98	0,76
Е	47 847,32	4,44	100 736,98	6,89	3 184,86	0,85	1 308,66	0,25
Ж	3 814,54	0,35	2 164,20	0,15	1 275,00	0,34	749,72	0,14
З		0,00		0,00		0,00		0,00
И	2 056,00	0,19	4 997,50	0,34	10 020,00	2,68		0,00
К		0,00	304,82	0,02	273,02	0,07		0,00
Л	36 916,12	3,43	12 873,60	0,88	8 273,85	2,21	6 323,14	1,22
М		0,00		0,00		0,00		0,00
Н	13 664,80	1,27	20 714,24	1,42	3 420,88	0,92	4 172,80	0,80
О	29 859,16	2,77	22 871,86	1,56	8 890,93	2,38	2 665,06	0,51
П	2 396,70	0,22		0,00	2 792,75	0,75		0,00
ИТОГО:										
СУММА заказов на дату	1 077 437,98		1 462 986,80		373 589,04		519 759,19	
СУММА заказов общее	10 668 165,57		11 359 911,81		10 975 194,97		11 430 549,06	
Дефицит по заказам на дату	212 553,09	19,73%	272 323,86	18,61%	64 710,40	17,32%	190 730,45	36,70%
Дефицит общий	2 337 851,21	21,91%	2 541 227,89	22,37%	2 322 010,00	21,16%	2 226 342,70	19,48%
Отгружено		90,64%		89,42%		96,28%		95,52%



Рис. 1 Соотношение остатков группы запасных частей Камаз 2009-2010 гг.

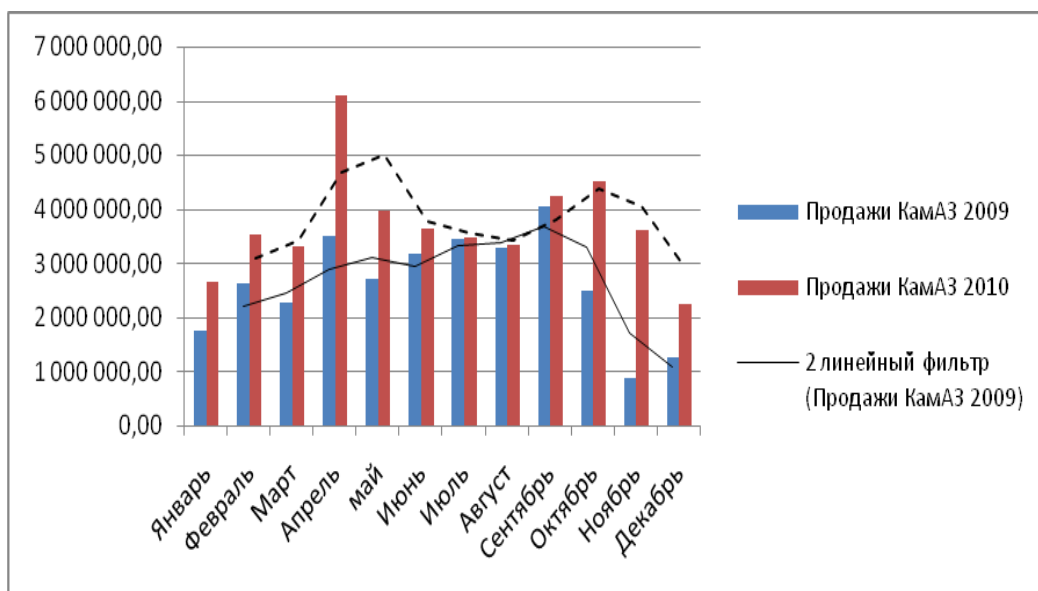


Рис. 2 Соотношение продаж группы запасных частей Камаз 2009 - 2010 гг.

Диаграммы визуализируют соотношение остатков и продаж 2009 к 2010 гг. Мы видим положительную динамику роста продаж и снижение остатков в стоимостном выражении. Это свидетельствует о том, что эффективность работы по данному бренду выросла. Линии тренда наглядно это демонстрируют.

Результаты внедрения метода планирования внутри конкретной компании несомненно положительны. Автором предлагается рассмотреть,

к чему может привести глобальное применение метода. Иными словами, как повлияет внедрение нового планирования и программного обеспечения на всех крупно-оптовых предприятиях по реализации автокомпонентов в поволжском федеральном округе на работу заводов изготовителей и состояние рынка автокомпонентов в целом.



Рис 3. Упрощенная схема оптового рынка автокомпонентов.

Ситуация такая, что крупные заводы изготовители производят и выпускают на рынок то, что могут произвести. То на что заточены их производственные мощности, те запасные части, на которых они больше всего зарабатывают или просто позволяет техника. Однако, что на самом деле требует рынок. Доля производства тех запасных частей, которые непосредственно находятся в дефиците, весьма мала. Причин в сложившейся ситуации несколько. Заводы связаны со своими дилерами крупными договорами. По условиям которых, дилеры обязаны выбирать у заводов определенный объем продукции. Дилеры не могут отказаться от заводов, по той причине, что заводы, делают часть запасных частей именно тех, что рынок требует. Реализация ненужных оптовикам запасных частей происходит путем советской «нагрузке», либо добровольно-принудительному допсоглашению. К закупке на заводах организации подходят безответственно и не хотят бороться и портить отношения с

отделом снабжения завода, так как находятся в страхе недополучения дефицитных позиций. Безответственность заключается в отсутствии планирования закупок. Иными словами дилеры покупают то, что предлагает завод.

Заставить производить заводы, то что нужно рынку можно. Применив предлагаемые методы планирования всеми дилерами завода, перейдя на новую систему закупок, заводам ничего не останется как удовлетворить спрос потребителей. Бойкотирование завязываний условий и жесткая политика закупок – вот путь к успеху и цивилизованному рынку.

На одном из заводов в г. Ульяновске в 2009 году возникла ситуация когда произошло перепроизводство одного из агрегатов. И по дилерскому соглашению завод обязал своих дилеров забрать весь месячный объем закупок именно этими агрегатами. Но дилеры бойкотировали это условие. В результате завод остановил свою деятельность. Не получив прилива денег от дилеров, завод остановил конвейер и начал искать цивилизованные пути сыта продукции. В данный момент завод снова работает. Производство стало работать на рынок, а не на себя.

Таким образом. Инновационный подход закупок автокомпонетов предлагаемый автором, не только поднимет работу организаций по их реализации на новый уровень, но и способен заставить Российские заводы работать в условиях российской действительности, а не забытого многими советского времени, как это происходит сейчас.