

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

УДК 338.27 JEL M21

DOI 10.26425/1816-4277-2019-6-38-44

Иванова Оксана Евгеньевна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Костромская государственная
сельскохозяйственная академия»,
пос. Караваево, Костромская обл.,
Российская Федерация
e-mail: oksivanova44@mail.ru

Гвоздева Любовь Ивановна

студент, ФГБОУ ВО «Костромская
государственная сельскохозяйственная
академия», пос. Караваево,
Костромская обл., Российская Федерация
e-mail: gwozdewa.lub@yandex.ru

Ivanova Oksana

Candidate of Economic Sciences,
Kostroma State Agricultural Academy,
pos. Karavaevo, Kostromskaya obl., Russia
e-mail: oksivanova44@mail.ru

Gvozdeva Lyubov

Student, Kostroma State Agricultural
Academy, pos. Karavaevo,
Kostromskaya obl., Russia
e-mail: gwozdewa.lub@yandex.ru

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ВЕКТОРНОЙ РАБОТЫ С ПОКУПАТЕЛЯМИ

Аннотация. Представлена возможность применения ABC- и XYZ-анализа для систематизации покупателей по степени надежности по групповым позициям. Предложен подход векторной работы с покупателями, предполагающий оценку дебиторской задолженности с помощью их ранжирования по ключевым критериям, выявление из них менее подверженных риску невозврата денежных средств. Основа реализации сформулированной информационной базы может использоваться при построении оценочной карты покупателей-дебиторов для принятия конкретных мер по развитию бизнеса.

Ключевые слова: покупатели, дебиторская задолженность, ABC- и XYZ-анализ, матрично-балльная оценка, карта.

Цитирование: Иванова О.Е., Гвоздева Л.И. Развитие бизнеса на основе векторной работы с покупателями//Вестник университета. 2019. № 6. С. 38–44.

BUSINESS DEVELOPMENT BASED ON VECTOR WORK WITH BUYERS

Abstract. The possibility of using ABC and XYZ analysis to systematize customers by degree of reliability by group positions has been presented. The approach of vector work with customers has been proposed, which implies the assessment of receivables by means of their ranking by key criteria, identifying those, who are less exposed to the risk of default on money. The basis for the implementation of the formulated information base can be used when building an evaluation card of buyers - debtors for taking specific measures for business development.

Keywords: buyers, receivables, ABC and XYZ - analysis, matrix-point assessment, map.

For citation: Ivanova O.E., Gvozdeva L.I. Business development based on vector work with buyers (2019) Vestnik universiteta, I. 6, pp. 38–44. doi: 10.26425/1816-4277-2019-6-38-44

Ориентация рыночной экономики нацеливает хозяйствующие субъекты применять комплексный подход управления бизнесом. Так, в процессе своей деятельности предприятия постоянно осуществляют какие-либо расчеты с поставщиками, покупателям, налоговыми органами и прочими объектами, находятся в зависимости от аналитической работы, так как трансформация дебиторской задолженности, ее количественная составляющая, темпы наращивания или сокращения влияют в значительной степени на положение организации – ее платежеспособность и финансовую устойчивость [5]. Подход к векторной ориентации дебиторской задолженности основывается на гибком сочетании методов. Выбор методов исследования к оценке организаций-дебиторов на сегодняшний день является спорным научным вопросом ученых-экономистов. В контексте выделенной проблемы следует заострить внимание на том, что заинтересованность организаций при продаже продукции сводится первоначально к платежеспособности покупателей и безопасной работы с ними [6].

В настоящее время, в связи с нестабильной ситуацией в экономике страны, растет необходимость на должном уровне организовывать работу с покупателями и заказчиками. Для этого предприятия разрабатывают финансовую политику управления дебиторской задолженностью [8]. При работе с покупателями

© Иванова О.Е., Гвоздева Л.И., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

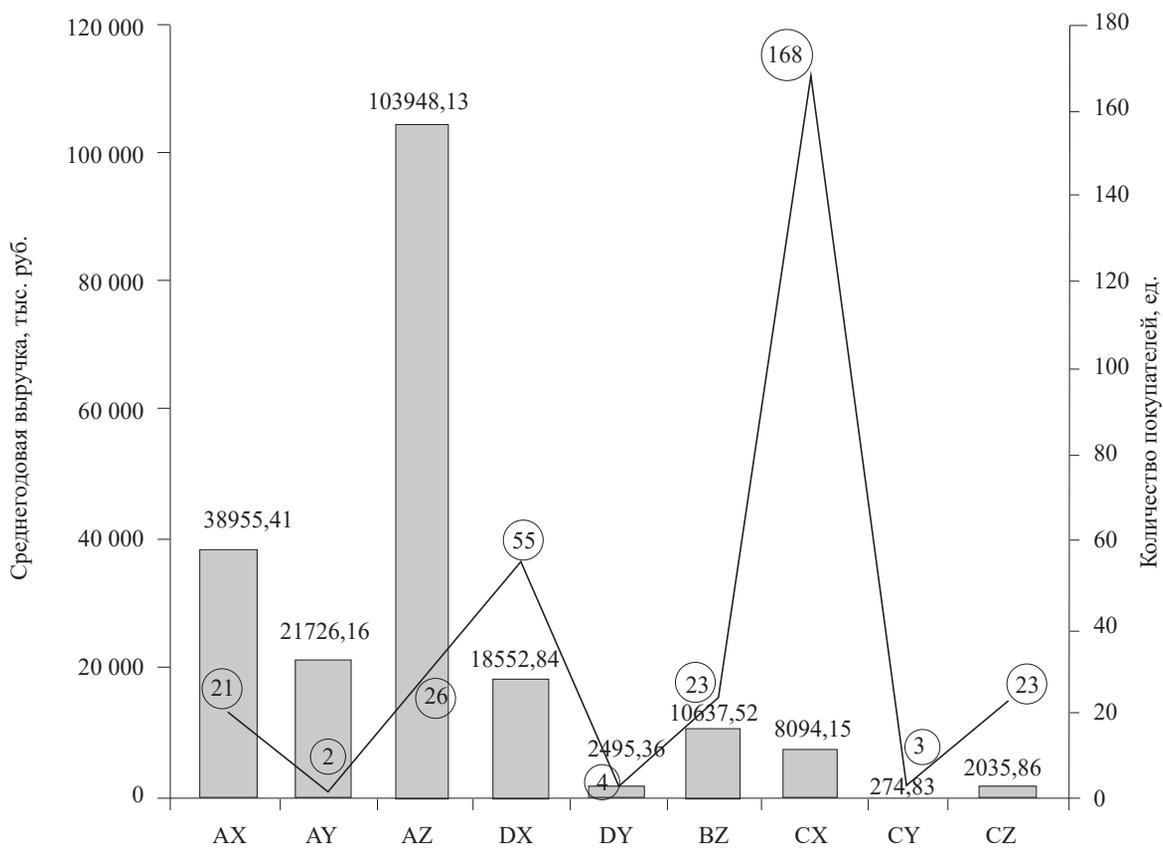


и заказчиками важно учитывать их платежеспособность и в зависимости от этого определять индивидуальные условия оплаты: предоставление скидок, отсрочка платежа, продажа только на условии предварительной оплаты и т. д. Основываясь на необходимости регулирования своевременности поступления платежей за проданную продукцию, минимизации сомнительной и безнадежной задолженности, маркетинговой компании в сфере сбыта продукции, следует постоянно анализировать динамику дебиторской задолженности [7]. Поэтому, для удобства проведения анализа необходимо группировать имеющихся покупателей-дебиторов с целью развития бизнес-процессов организации. Обозначенная проблема представлена на примере организации, занимающейся производством бетона для использования в строительстве. Основная идея векторной работы с покупателями базируется на обработке информации за 2015-2017 гг., включает в себя 300 контрагентов, с которыми сотрудничает объект исследования.

В экономике существует достаточное количество методов для группировки по различным признакам, но авторами статьи были использованы наиболее удобные и распространенные методы: метод ABC-анализа, основанный на методе Парето, и метод XYZ-анализа, заключающийся в расчете для каждой позиции коэффициента вариации и разделения их по равномерности спроса [2; 3]. Отметим, что наибольший эффект от использования вышеназванных методов получается при совмещении результатов этих анализов. Для этого была создана матричная проекция по двум показателям: степень влияния на конечный результат (ABC-анализ) и стабильность этого результата (XYZ-анализ). В результате получается 9 составляющих объектов анализа, которые можно разделить на 3 блока:

- покупатели с высокой степенью надежности (группы AX, AY и BX);
- покупатели со средней степенью надежности (группы CX, BY и AZ);
- покупатели с низкой степенью надежности (CY, BZ и CZ).

При этом, наиболее важной является группа AX, в которой находятся ресурсы, приносящие стабильно больший эффект в течение длительного времени. Наименее выгодная группа – CX, объекты которой приносят минимальную прибыль, причем непостоянно (рис. 1).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Графическая интерпретация совмещения результатов ABC-XYZ-анализа

Проанализировав графическую интерпретацию результатов исследования, можно сделать вывод о том, что наибольшая среднегодовая выручка приходится на группу AZ – 103 948,13 тыс. руб., но при этом в нее входит лишь 26 единиц покупателей. Отметим, что по группе CX среднегодовая выручка составляет лишь 8 096,15 тыс. руб., но количество покупателей в 6,5 раз выше группы AZ и составляет 168 единиц. Наименьшее число покупателей отмечается в группах AY, BY и CY – 2, 4 и 3 единицы соответственно. Несмотря на то, что в группе CY на 1 покупателя больше, чем в группе AY, среднегодовая выручка этой группы составляет лишь 274,83 тыс. руб., что ниже в 79 раз группы AY. Точно такая же ситуация наблюдается в группах BZ и CZ, в которых равное число покупателей – 23 единицы, при этом в группе BZ среднегодовая выручка составила 10 637,52 тыс. руб., что ниже группы CZ в 5 раз. Таким образом, по большинству групп совмещенной матрицы наблюдается следующая тенденция: чем меньше число покупателей, тем больше среднегодовая выручка у предприятия. Есть основание полагать, что при оценке вклада каждого покупателя в общий объем среднегодовой выручки важно не количество покупателей, а сумма, на которую покупатель приобрел продукцию. Поэтому возникает необходимость в разработке конкретных позиций работы с покупателями-дебиторами, что положительно скажется на финансовом положении организации и позволит управлять бизнес-процессами ее деятельности.

Для построения оптимальной работы с покупателями-дебиторами необходимо обратить внимание на степень их надежности. Принимая во внимание методику матрично-балльной оценки покупателей-дебиторов, предложенной В. Н. Едроновой и О. Е. Стуловой, а также полученные выше результаты, был произведен отбор покупателя-дебитора в каждой из 9 групп совмещенной матрицы по наибольшей доле выручки в среднем за 2015-2017 гг. [1]. Для дальнейшего исследования, основываясь на методике М. В. Малафеевой и О. Е. Стуловой [4], установлен набор показателей, характеризующий степень надежности покупателей, рассчитанных как среднеарифметические значения показателей за период исследования. Надо обратить внимание, что финансовое состояние и стабильность дебиторов возможно оценить по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности, доступной на портале открытого информационного общества в Российской Федерации. В этом контексте по отношению к объекту исследования целесообразно рассматривать такие индикаторы, как:

- коэффициент текущей ликвидности ($K_{тл}$);
- коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{аб.л}$);
- коэффициент платежеспособности ($K_{пл}$).

Для удобства комбинирования информации обозначим наименование покупателей условными знаками английского алфавита – покупатель A ... покупатель I . Весовые категории коэффициентов ликвидности и платежеспособности были заимствованы из различных методик оценки финансового состояния. Экспертным путем для каждого показателя был определен вес и сформирована матрица стандартизированных коэффициентов для получения балльной оценки каждого покупателя-дебитора R_j на основании формулы (1):

$$R_i = \sqrt{k_1 \cdot x_{1j}^2 + k_2 \cdot x_{2j}^2 + \dots + k_n \cdot x_{nj}^2} \quad (1)$$

Балльная оценка имеет следующие значения: покупатель A – 0,34; покупатель B – 0,24; покупатель C – 0,16; покупатель D – 0,01; покупатель E – 0,12; покупатель F – 0,86; покупатель G – 0,21; покупатель H – 0,07; покупатель I – 0,17. При этом сумма баллов в совокупности составила 2,17. В рамках выделенных балльных оценок покупателей-дебиторов (R_j) определено их среднеарифметическое значение, которое сопоставляет типичное положение покупателя – дебитора исходя из его балльной оценки в рассматриваемой позиции. Рассчитанный критерий отражает существование определенного значения балльной оценки, которое в силу своего «центрального положения» разделяет всю совокупность на дебиторов с надежной и ненадежной позицией.

$$D_{cp} = \frac{x_{1j} + x_{2j} + \dots + x_{nj}}{n}, \quad (2)$$

где n – число покупателей-дебиторов; $x_{1j} + x_{2j} + \dots + x_{nj}$ – значение показателей.

В нашем случае среднее арифметическое значение составило:

$$D_{cp} = \frac{2,17}{9} = 0,24. \quad (3)$$

Затем были сформированы две категории покупателей-дебиторов: для которых значения оценок отличаются от среднего значения: $D_s \geq D_{cp}$; ($D_s < D_{cp}$). В нашем случае границы покупателей-дебиторов представлены следующим видом:

- $D_i > 0,24$: 0,24; 0,34; 0,86;
- $D_i < 0,24$: 0,16; 0,01; 0,12; 0,21; 0,07; 0,17.

Для отнесения покупателей-дебиторов к категории потенциальных покупателей нами произведен расчет среднеквадратического отклонения σ_1 (3) и σ_2 (4), для которых $D_i \geq (=) D_{cp}$ рассчитаны D_{cp1} (5) и D_{cp2} (6).

$$\sigma_1 = \sqrt{\frac{1}{k_1} \sum (D_s - D_{cp1})^2} \quad (4)$$

$$\sigma_2 = \sqrt{\frac{1}{n - k_1} \sum (D_t - D_{cp2})^2} \quad (5)$$

где σ_1, σ_2 – отклонение балльной оценки для дебиторов с оценкой выше средней (ниже средней); $S = 1, \dots, k_1$; $t = 1, \dots, n - k_1$; k_1 ; $n - k_1$ – число дебиторов, для которых $D_s \geq D_{cp}$ ($D_t < D_{cp}$); D_s (D_t) – балльные оценки дебиторов, для которых $D_s \geq D_{cp}$ ($D_t < D_{cp}$); D_{cp1} (D_{cp2}) – среднее арифметическое балльных оценок покупателей-дебиторов, для которых $D_s \geq D_{cp}$ ($D_t < D_{cp}$);

$$D_{cp1} = \frac{1}{k_1} \sum D_s \quad (6)$$

$$D_{cp2} = \frac{1}{n - k_1} \sum D_t \quad (7)$$

Получен итог: $D_{cp1} = 0,48$; $D_{cp2} = 0,12$; $\sigma_1 = 0,27$ и $\sigma_2 = 0,07$.

Исходя из полученных результатов дебиторы были распределены на группы по следующим признакам:

I группа – дебиторы-лидеры (0,51-0,86): покупатель F;

II группа – дебиторы с надежной позицией (0,24-0,51): покупатель A, покупатель B;

III группа – дебиторы со слабой позицией (0,17-0,24): покупатель G, покупатель I;

IV группа – ненадежные дебиторы (0,01-0,17): покупатель C, покупатель D, покупатель E, покупатель H.

Авторская позиция сводится к тому, что ведущие позиции занимают дебиторы с самой высокой балльной оценкой. Предприятиям, входящим в эту группу можно без каких-либо сомнений предоставлять льготные условия оплаты в виде отсрочки платежа. II группа дебиторов менее устойчива, поэтому при работе с подобными контрагентами рекомендуется использовать жесткий график погашения задолженности. В III группу входят покупатели со слабой позицией. При продаже продукции таким покупателям существует риск задержки оплаты и возникновения сомнительных долгов. Работая с покупателями, вошедшими в эту группу необходимо составлять график по проведению преддоговорной работы, исполнению договоров, организации получения оплаты по каждому. В IV группу вошли дебиторы с высоким риском неоплаты долгов. С такими покупателями необходимо работать на условиях предварительной оплаты, что максимально снизит риск непоступления платежей при максимальном сроке поступления средств и при отсутствии каких-либо затрат со стороны продавца.

Для того, чтобы удостовериться в полученных результатах, проведен более глубокий анализ дебиторов, чтобы оценить их финансовое положение. Для этого определен набор показателей, характеризующих их платежеспособность: коэффициент текущей ликвидности ($K_{тл}$), абсолютной ликвидности ($K_{аб.л}$) и платежеспособности ($K_{пл}$) и рассчитано их среднеарифметическое значение по данным 2012-2017 гг. Среднеарифметические значения каждого коэффициента проверялись на соответствие оптимальному значению.

Если по всем коэффициентам значения соответствуют оптимальным, то предприятие входит в эффективное множество, если, хотя бы, одно значение не соответствует оптимальному, то предприятие не входит в эффективное множество.

Для удобного и наглядного представления результатов проведенной работы за основу взята оценочная карта, предложенная В. Н. Едроновой и О. Е. Стуловой [1]. Согласно комплексной оценке покупателей-дебиторов, все покупатели вошли в I группу по совокупности финансовых показателей, входящие в эффективное множество. Более глубокий анализ показал, что ни одно предприятие не вошло в эффективное множество (рис. 2). Таким образом, при изучении векторной работы с покупателями авторы исходят из того, что при работе с ними следует быть более внимательными. Так, дебитором-лидером среди девяти анализируемых организаций оказался покупатель F, которому возможно предоставление отсрочки оплаты, но только при наличии гарантийного письма. Дебиторами с надежной позицией, но все-таки не вошедшими в эффективное множество оказались две организации: покупатель А и покупатель В – можно предоставить ограниченную отсрочку оплаты, например, в виде лимита суммы продаж и периода отвлечения средств. Дебиторам со слабой позицией возможно предоставление стандартных условий оплаты. В IV группу вошло наибольшее количество предприятий из девяти, и предположительно с этими покупателями следует сотрудничать только на условиях предварительной оплаты.

| Типологические признаки покупателей – дебиторов | | I группа: по совокупности финансовых показателей входят в эффективное множество | II группа: по совокупности финансовых показателей не входят в эффективное множество |
|---|------------------------------|--|--|
| Матрично-балльная оценка | Дебиторы – лидеры | - | покупатель F |
| | Дебиторы с надежной позицией | - | покупатель А покупатель В |
| | Дебиторы со слабой позицией | - | покупатель G покупатель I |
| | Ненадежные дебиторы | - | покупатель С покупатель D покупатель E покупатель H |

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Оценочная карта покупателей-дебиторов

Принимая во внимание полученные результаты и проведя дополнительные расчеты, были получены следующие прогнозируемые результаты коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности у всех категорий покупателей увеличился, что говорит о целесообразности принятия проведенных мероприятий. Так, у покупателей с высокой степенью надежности он составил 7,2, что выше чем фактическое значение на 0,4 пп. или 6 %. У покупателей

со средней степенью надежности увеличение составило 0,6 пп. или 10 %. У покупателей с низкой степенью надежности коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности увеличился больше, чем у остальных категорий, практически на 1 пп. или 13 %, на что повлияло сокращение дебиторской задолженности и увеличение выручки. Поэтому, предложенный инструментарий векторной работы с покупателями будут способствовать построению эффективной политики управления бизнесом, усилению финансовой устойчивости и повышению предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта.

Резюмируя приведенные выше доводы, следует отметить, что на основе результатов проведенного анализа в дальнейшем возможно избежать сотрудничества с покупателями, которые задерживают оплату или не оплачивают покупку вовсе, а также отметить те предприятия, которым необходимо уделять особое внимание. Это позволит организации эффективно управлять дебиторской задолженностью, а в последствии сократить ее до минимума. Полученные данные позволят хозяйствующему субъекту выстроить определенный план действий дальнейшего развития своей деятельности, чтобы улучшить положение в целом в результате комплексного подхода управления бизнесом.

Библиографический список

1. Едророва, В. Н. Матрично-балльная оценка покупателей-дебиторов / В. Н. Едророва, О. Е. Стулова//Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 19 (148). – С. 8-15.
2. Жуков, О. В. и др. Методика применения ABC/XYZ-анализа для целей управления запасами в ERP-системе предприятия / О. В. Жуков, С. П. Сазонов, Ю. Г. Оноприенко, Г. А. Мершиева//Вестник ВГУИТ. – 2017. – № 1. – С. 477-484.
3. Ксенофонтова, О. Л. ABC-XYZ-анализ как средство управления товарным ассортиментом торгового предприятия / О. Л. Ксенофонтова, Н. А. Новосельская//Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 2. – С. 70-76.
4. Малафеева, М. В. и др. Методика комплексной оценки покупателей-дебиторов / М. В. Малафеева, О. Е. Стулова//Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 8 (137). – С. 31-35.
5. Предпринимательство и бизнес: финансово-экономические, управленческие и правовые аспекты устойчивого развития: монография / Под общ. ред. М. А. Эскиндарова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2016. – 710 с.
6. Солдатова, Л. И. Оперативное управление оборотными активами//Сборник статей Международной научно-практической конференции «Кластеры в экономике России: сущность, проблемы и перспективы развития», 04 октября 2017 г. – Стерлитамак: АМИ, 2017. – С. 118-121.
7. Формирование конкурентных преимуществ российских предприятий в условиях экономической нестабильности: коллективная монография / Под ред. М. Я. Веселовского, И. В. Кировой. – М.: изд-во «Научный консультант», 2017. – 315 с.
8. Шаркова, А. В. Развитие предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация. Монография / Под общ. ред. М. А. Эскиндарова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2017. – 466 с.

References

1. Edronova V. N., Stulova O. E. Matrichno-ball'naya otsenka pokupatelei-debitorov [Matrix-scoring of customers-debtors]. Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika [Economic analysis: theory and practice], 2009, I. 19 (148), pp. 8-15.
2. Zhukov O. V., Sazonov S. P., Onoprienko Yu. G., Mershieva G. A. Metodika primeneniya ABC/XYZ-analiza dlya tselei upravleniya zapasami v ERP-sisteme predpriyatiya [The method of using ABC/XYZ-analysis for the purpose of inventory management in the ERP-system of the enterprise]. Vestnik VGUIT [Bulletin of the Voronezh State University of Engineering Technologies], 2017, I. 1, pp. 477-484.
3. Ksenofontova O. L., Novosel'skaya N. A. ABC-XYZ-analiz kak sredstvo upravleniya tovarnym assortimentom torgovogo predpriyatiya [ABC-XYZ-analysis as a means of managing the product range of a commercial enterprise]. Sovremennye naukoemkie tekhnologii [Modern high technologies], 2013, I. 2, pp. 70-76.
4. Malafeeva M. V., Stulova O. E. Metodika kompleksnoi otsenki pokupatelei-debitorov [Methods of integrated assessment of customers-debtors]. Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika [Economic analysis: theory and practice], 2009, I. 8 (137), pp. 31-35.
5. Predprinimatel'stvo i biznes: finansovo-ekonomicheskie, upravlencheskie i pravovye aspekty ustoichivogo razvitiya [Entrepreneurship and business: financial, economic, managerial and legal aspects of sustainable development], pod red. Eskindarova M. A. M.: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i Ko», 2016. 710 p.

6. Soldatova L. I. Operativnoe upravlenie oborotnymi aktivami [*Operational management of current assets*]. Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Klastery v ekonomike Rossii: sushchnost', problemy i perspektivy razvitiya», 04 oktyabrya, Sterlitamak: AMI, 2017, pp. 118-121.
7. Formirovanie konkurentnykh preimushchestv rossiiskikh predpriyatii v usloviyakh ekonomicheskoi nestabil'nosti [*Formation of competitive advantages of Russian enterprises in conditions of economic instability*], pod red. Veselovskogo M. Ya., Kirova I. V. M.: Nauchnyi konsul'tant, 2017. 315 p.
8. Sharkova A. V. Razvitie predprinimatel'stva i biznesa v sovremennykh usloviyakh: metodologiya i organizatsiya. Monografiya [*Development of entrepreneurship and business in modern conditions: methodology and organization. Monograph*]. Pod obshch. red. M.A. Eskindarova. M.: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i Ko», 2017. 466 p.