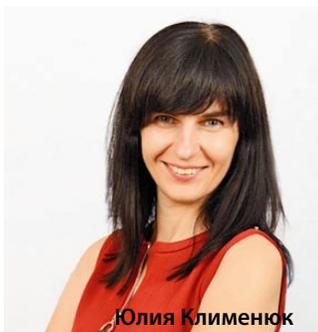




Товарный классификатор

При внедрении категорийного менеджмента часто возникает вопрос о том, как создать товарный классификатор и как в нем анализировать товары. В этой статье мы постараемся ответить на некоторые из этих вопросов



Юлия Клименюк

Из личного опыта могу сказать, что переход на работу по принципам категорийного менеджмента — титанический труд нескольких подразделений. И начать этот переход необходимо не с появления новой должности — категорийный менеджер, и не томов должностных инструкций, написанных для отдела закупок. Работа должна начинаться со справочника това-

ров. Удивлены? Но именно **справочник или каталог товаров** — основа любой аналитики. Именно справочник/каталог товаров способен дать нам необходимую информацию о производителе, категории, группе, молекуле, ставке НДС, дозировке, фасовке, месте хранения...

Думаю, многие в своей работе сталкивались с проблемой недостаточности данных в отчете. Например, есть название позиции, но нет производителя; есть страна-производитель, но нет держателя контракта; есть ставка НДС, но нет товарной категории. Этот список комбинаций можно продолжать еще очень долго. Для качественного анализа нужна полная информация, помогающая принять решение. Бывает так: категорийный менеджер смотрит на то, что есть отчет в категории «простуда», есть информация о товарах в подгруппе «кашель», но отсутствует информация о форме выпуска, дозировке, объеме, и не знает, что с этим делать. Можно глубоко овладеть программой Excel, но только внесение полной информа-

ции в карточку товара позволит получить необходимые аналитические сведения по разным признакам.

Так у нас появляется новый инструмент — справочник или каталог товаров. **Каталог товаров** — это перечень всех позиций, которые были когда-либо в ассортименте. Не обязательно это должен быть действующий ассортимент, не обязательно — позиции, которые продаются. Почему так? Объясню детальнее.

«Как не безобразно, лишь бы однообразно», — как-то сказал мне один из слушателей курса по внедрению категорийного менеджмента. И я с ним полностью согласна. Следует понимать, что объем работы по созданию каталога огромен. И огромен он не только сегодня, когда вы лишь переходите к работе по принципам категорийного менеджмента. Объем работы в службе каталога всегда большой. Это не разовая работа, а постоянный процесс, требующий системной работы отдельных сотрудников. Я настоятельно рекомендую на этот участок работы выделять отдельного сотрудника (а может, и нескольких) независимо от того, у вас две аптеки или 300. Справочник — это перечень наименований.

Глобально базовый ассортимент аптечной сети или единичной аптеки схож на 90%, а вот глубина и ширина ассортимента — это отдельная тема. Ведение каталога является залогом успеха построения качественной информационной корректной аналитики. Настаиваю на том, что без отдельного сотрудника, системно работающего над внесением информации в каталог, а тем более над сбором и обработкой новой информации в карточке товара, можно не пытаться переходить на работу по принципам категорийного менеджмента. Если вы нагрузили данной работой категорийного менеджера или менеджера отдела закупок, могу вас заверить, что прогресса не будет ни через месяц, ни через год.

Карточка товара — это основное место хранения всей информации о товаре, так сказать, его паспорт. Объем данных зависит лишь от того, насколько детальный анализ вы планируете проводить



В своей работе практически все подразделения компании сталкиваются с каталогом: бухгалтерия, отделы закупок, маркетинга,

аптеки. Карточка товара — источник информации для пользователя. Для начала работы с карточкой необходимо определить принципы ее ведения, последовательность вносимой информации о товарной позиции (торговое название, характеристика, количество в упаковке). Это облегчает работу как аптеки, так и менеджера по закупкам. Для составления карточки и ведения классификатора удобнее использовать справочники, так как это исключает ошибки, допускаемые при наборе информации вручную.

Важный момент — наполняемость карточки. Для лекарственного средства важна регистрация, ее начало и окончание, так как изменение сроков регистрации регулирует ставку НДС. Регистрация и код УКТВЭД определяют ставку НДС для изделий медицинского назначения. Использование АТС-классификатора и международного непатентованного названия позволяет максимально быстро реагировать на изменения в законодательной базе (государственное регулирование цен). При регистрации налоговых накладных обязательными параметрами являются признак импорта, код УКТВЭД, код КСПВО.

Как видим, каталог товара — это база данных, которая содержит информацию о ТМЦ, а количество вносимой информации варьируется в зависимости от категории товара.

Наталья Андрусенко,
начальник службы каталогов
Фармацевтической компании
«Здравица»

Как организовать работу службы каталога? Как избежать ошибок при его составлении, чтобы не переделывать снова и снова? Прежде всего следует определить правила, по которым составлен каталог. Существуют четкие правила работы для каждого справочника по каждой категории. Да-да, я не ошиблась! Именно для каждого справочника! Каталогом товаров я называю все наименования, которые есть в базе, — это и товарные позиции, и товарно-материальные ценности, и контрагенты. Но информация в каталог попадает из справочников.

Перечень справочников для каталога товара:

1. Справочник названий товара (анальгин, ацетилсалициловая кислота).
2. Справочник формы упаковки (таблетки, ампулы, флаконы).
3. Справочник фасовки (количество в неделимой упаковке).
4. Справочник делимости.
5. Справочник дозировок (0,5; 1; 1,5 и т.д.).
6. Справочник единиц дозировки (г, мг, мм, мл).
7. Справочник признаков товара (ФармаБНДС, ФармаНДС, НеФармаНДС, НеФармаБНДС).
8. Справочник языков (RU, EN, UA).
9. Справочник кодов АТС-классификации 1-го уровня (А, В, С, D, G, H, L, M, N, P, R, S, V).
10. Справочник кодов АТС-классификации 2-го уровня (A01-A16, B01-B06, C01-C10, D01-D11, G01-G04, H01-H05, L01-L04, M01-M09, N01-N07, P01-P03, R01-R07, S01-S03, V01-V20).
11. Справочник кодов АТС-классификации 3-го уровня (A01A-A16A, B01A-B06A).
12. Справочник упаковок для отпуска (1, 2, 3).
13. Справочник вариантов отпуска товара (по рецепту, без рецепта).
14. Справочник торговых марок («Дарница», «Фармак»).

15. Справочник представительств.
16. Справочник групп товара (001 — фармацевтическая группа, 002 — нефармацевтическая группа).
17. Справочник подгрупп товара по местам хранения (Таблетки-1, Таблетки-2).
18. Справочник классификации товара согласно восприятию его потребителем 1-го уровня — категория товаров (средства от простуды, болеутоляющие препараты и т.д.).
19. Справочник классификации товара согласно восприятию его потребителем 2-го уровня — товарная группа (в категории «средства от простуды»: комбинированные препараты, жаропонижающие средства для детей, жаропонижающие и болеутоляющие средства и т.д.).
20. Справочник условий ввода в сеть (платно, бесплатно).
21. Справочник формы выпуска.
22. Справочник формы выпуска упрощенный.
23. Справочник условий возврата (1 нед, 2 нед, 3 нед, 1 мес, 2 мес, 3 мес, 4 мес, 5 мес, 6 мес; нет).
24. Справочник условий ценообразования.
25. Справочник наценок.
26. Справочник массы неделимой единицы товара.
27. Справочник длины неделимой единицы товара.
28. Справочник высоты неделимой единицы товара.
29. Справочник коэффициентов делимости.
30. Справочник норм отпуска.
31. Справочник температурных режимов.
32. Справочник действующих веществ.
33. Справочник дозировок действующих веществ.
34. Справочник международных непатентованных названий (INN).
35. Справочник стран.
36. Справочник производителей.
37. Справочник коэффициентов для склада.
38. Справочник коэффициентов для отпуска.
39. Справочник коэффициентов прихода.
40. Справочник статуса товара (новый, действующий (постоянный), временный, выводится из сети, устаревший).
41. Справочник категорий прибыльности № 1 (А, В, С).
42. Справочник категорий прибыльности № 2 (X, Y, Z).

Это примеры справочников, которые помогут содержать каталог товаров в порядке и избавят вас при форматировании отчета, например, от многих ошибок. В справочник товаров вводятся необходимые составляющие фрагмента наименования и при заполнении таблицы или введении новой позиции она выбирается из сокращений установленного образца. Кроме этого, в карточку товара из справочников выбираются необходимые для конкретной позиции признаки. То, что предложено выше, не является обязательным. Но, как говорится, аппетит приходит во время еды. Чем больше и дольше работает категорийный менеджер, тем более глубокий анализ ему необходим и, соответственно, он нуждается в большем количестве исходных характеристик для проведения такого анализа.

Юлия Клименюк, бизнес-тренер