

АВС-АНАЛІЗ ЯК УНІВЕРСАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ АНАЛІЗУ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ

Асортимент товарів підприємств різноманітний і відрізняється походженням, призначенням, якістю різних видів товарів. Виходячи із цього, актуальною для підприємств є систематизація всієї безлічі груп, підгруп, видів і різновидів товарів, виявлення сильних і слабких сторін серед сукупності товарної продукції. Саме для цього актуальним для підприємств буде застосування АВС-XYZ-аналізу. Його використання дає змогу повною мірою оцінити весь асортимент компанії, підвищити ефективність системи управління товарами і товарними запасами, підвищити частку високорентабельних товарів без порушення основних принципів асортиментної політики.

Мета управління асортиментною політикою підприємства– систематизація усієї безлічі груп, підгруп і видів товарів, виявлення сильних і слабких сторін серед сукупності товарної продукції. Чим якісніше підібраний асортимент товарів торгового підприємства, тим більший прибуток буде отриманий. На побудову асортиментної політики на вітчизняних підприємствах впливає низка факторів:

1.Економічні: грошові доходи населення; рівень цін та їх співвідношення між окремими видами і групами товарів; ступінь забезпеченості населення предметами тривалого користування.

2.Соціальні: соціальна та професійна структура населення; рівень освіти і культурного розвитку людей, свята, мода.

3.Демографічні: зміна чисельності населення та його складу (за статтю, віком, місцем проживання), склад сім'ї.

4.Природничо-кліматичні: кліматичні умови, тривалість пір року, фізіологічні особливості людського організму залежно від статі і віку.

5.Специфічні: технічна оснащеність, умови матеріалопостачання (наявність стабільності надходження джерел сировини і матеріалів, вид джерел, віддаленість постачальника), транспортні умови [4].

Якісне управління товарами має на увазі проведення регулярного детального аналізу великої кількості інформації за статистикою продажів, запасів товару, неліквідів тощо.

АВС-аналіз–це інструмент, який дає змогу визначити рейтинг товарів за зазначеними критеріями і виявити ту частину асортименту, яка забезпечує

максимальний ефект. Ідея ABC-аналізу будується на основі принципу Парето, суть якого полягає у такому: «20% зусиль дають 80% результату, а інші 80% зусиль—лише 20% результату», тобто 20% усіх товарів дають 80% обороту(табл.1). Застосовуючи це правило до товарів машинобудівного підприємства, можна зробити дуже простий крок щодо впровадження логістики [1 с.69].

Метод ABC-аналізу дає змогу класифікувати товарні запаси підприємства за ступенем їх важливості шляхом ділення на три категорії. Класичні границі такі [2 с.10–17]: А–найбільш цінні (20% товарних запасів; 80%–продаж), товари цієї групи завжди повинні бути присутніми в асортименті; В–проміжні (30% товарних запасів; 15%–продаж), товари цієї групи є товарами середнього ступеня важливості; С–найменш цінні (50% товарних запасів; 5%–продаж), товари цієї групи найменш важливі, це претенденти на виключення з асортименту та товари-новинки.

За отриманими результатами для вдалого управління асортиментом продукції на підприємстві можна дати такі рекомендації:

Товари з груп А і В забезпечують основний товарообіг і прибуток компанії, тому вони повинні бути постійно в наявності, таким товарам необхідно приділяти першочергову увагу. Товари групи С становлять близько 20% обороту (або прибутку) і вимагають періодичного контролю. Для товарів із цієї групи застосовують спрощені методи планування, обліку і контролю [3].

Використання ABC-аналізу має низку значних переваг, таких як: підвищення ефективності системи управління товарами і товарними запасами; підвищення частки високорентабельних товарів без порушення основних принципів асортиментної політики; виявлення пріоритетних товарів, тобто товарів, що приносять максимальний дохід і характеризуються стабільним споживанням; перерозподіл зусиль персоналу залежно від кваліфікації та наявного досвіду; скорочення кількості продажів, утрачених унаслідок відсутності необхідних товарів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Беленов О.Н., Бугаєва Т.М. Типологія методів управління асортиментом продукції/О.Н. Беленов, Т.М. Бугаєва//Сучасна економіка: проблеми і рішення.–2010.–№ 1.–С.69.

2. Башлачова Т.А., Ільченко А.Н. Оперативне управління запасами в роздрібній торгівлі/Т.А. Башлачова, А.Н. Ільченко//Сучасні наукові технології.–2011.–№ 4(28).–С.10–17.

3. ABC-XYZ-аналіз як засіб управління асортиментом машинобудівного підприємства–Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/100.pdf

4. Голубков Е. П. ABC- и XYZ-анализ: проведение и оценка результативность.