

ОРГАНИЗАЦИЯ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА С ПРИМЕНЕНИЕМ ABC/XYZ-АНАЛИЗА

Левина Анна Дмитриевна, студентка 2 курса института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: e.levina7@yandex.ru

Научный руководитель – Ворожейкина Татьяна Михайловна, д.э.н., профессор, зав. кафедрой организации производства, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: tvorozheikina@rgau-msha.ru

***Аннотация.** Был произведен анализ работы складской логистики с помощью ABC/XYZ анализа. На основе полученных данных, возможно оценить ассортимент и наполняемость склада (особенно актуально для складов розничных сетей). По результатам ABC/XYZ анализа следующим этапом необходимо разработаны мероприятий по повышению эффективности функционирования складского хозяйства.*

***Ключевые слова:** склад, анализ ассортимента, эффективность, запасы, управление, класс.*

В управлении запасами с помощью ABC-анализ представляет собой метод классификации запасов, который служит механизмом определения приоритетов, позволяющим сосредоточить усилия и ресурсы на товарах, наиболее важных для организации. В основе этого метода лежит наблюдение, что небольшая часть товаров или артикулов обычно составляет большую часть продаж. До того, как метод стал использоваться в логистике, ABC-анализ использовался для сокращения количества административных операций. После этот метод в основном использовался для визуализации данных. Это обеспечивает более четко обращать внимание на конкурентные проблемы, требующие внимания сотрудников цепочки поставок, поскольку им необходимо регулярно проверять параметры пополнения запасов в системах управления запасами. Например, такие как: минимальное / максимальное планирование запасов или уровни обслуживания.

Проведение ABC/XYZ-анализа.

ABC/XYZ-анализ – это метод категоризации запасов, при котором каждому товару или товару присваивается определенное значение. Артикулу или продукту присваивается класс, который обычно обозначается как А, В и С. При этом А (по отношению к С) представляет собой класс товаров, которые продаются или потребляются чаще всего. Хотя может быть и более трех классов (например, D, E, F, ...), количество классов обычно выражается однозначными числами.

Для расчета классов специалисту по цепочке поставок необходимо

выбрать набор параметров, которые характеризуют ABC /XYZ-анализ:

- количество классов;
- единица измерения, «важности» предмета;
- историческая глубина измерения;
- процент в качестве порогового значения для каждого класса.

Проценты относятся к единице измерения, выбранной для измерения значимости на исторической глубине. Эти проценты обычно привязаны к выручке в валюте или в проданных единицах. Это в целом как показано в таблице Матрица ABC/XYZ. Матрица представляет собой свод двух анализов.

Где ABC-анализ – ранжирование с точки зрения влияние на товарооборот от наиболее продаваемых позиция, до позиций с самым низким спросом. XYZ-анализ состоит в том, чтобы определить стабильность спроса на группу товаров или услуг. Совокупность анализов применяют для определения эффективности сбыта и стабильности запросов клиентов.

Таблица 1 – Матрица ABC /XYZ анализа на примере ассортимента АПХ Мираторг

| | | |
|--|--|--|
| AX (позиция:4, 5, 16, 17, 18, 23, 25, 26) | AY (позиция:1, 7, 9, 20) | AZ (позиция3) |
| BX (позиция:10, 22, 32, 44) | BY (позиция: 6, 8, 33, 38, 42, 43, 50) | BZ (позиция :2, 24, 40) |
| CX (позиция:19, 29, 31, 34, 39) | CY (позиция:12, 13, 15, 27, 30, 35, 37, 45, 49) | CZ (позиция:11, 14, 21, 28, 36, 41, 46, 47, 48) |

В качестве единицы измерения могут быть выбраны отдельные. Однако, если некоторые товары значительно дороже других, имеет смысл взвесить их с учетом цены покупки или продажи. Историческая глубина должна быть достаточной, чтобы иметь статистическое значение для средних величин. Классы обычно демонстрируют большую стабильность, когда применяется общая цикличность для нейтрализации влияния сезонности, или целое число недель, соответственно, для уменьшения влияния дней недели, когда глубина невелика.

Итогом анализа становится рациональное расположение товаров на складских площадях. При этом заказы будут собираться быстрее, так как сборщики заказов будут двигаться безошибочно и оперативно. Значит, за единицу времени будет собрано больше заказов, снизится время ожидания клиента до отгрузки заказа. Значит, клиенты отметят более высокое качество обслуживания, что повысит качество обслуживания на складе, от чего повысится экономическая эффективность организации в целом.

Библиографический список

1. **Береговская, Т. А.** Поколение Z: потребительское поведение в цифровой сфере / Т. А. Береговская // Вестник университета. – 2020. – № 1. – С. 92–99.

2. **Депутатова, Е. Ю.** Рационализация потребительского поведения в эпоху пандемии / Е. Ю. Депутатова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 4. С. 69–72.

3. **Илюхин, А. А.** Принцип рациональности в поведенческой экономике / А. А. Илюхин // Журнал экономической теории. – 2019. – № 2. – С. 214–224.

4. Сайт центральной научной библиотеки Н. И. Железнова [Электронный ресурс]. – URL: <http://library.timacad.ru/>.

5. Информационный портал по логистике, транспорту и таможене [Электронный ресурс]. – URL: <https://logistic.ru/>.