

36. Реалізація поєднання методів ABC- та XYZ-аналізу для визначення товарного асортименту підприємства

Олександра Сірик, Ольга Сєдих

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування та управління успішним асортиментом продукції набуває все більшого значення, коли виробляється значний асортимент споживчої продукції.

Матеріали і методи. Реалізація задачі була виконана в середовищі MS Excel з використанням поєднання методів ABC- та XYZ-аналізів.

Згідно з методикою проведення ABC- аналізу, всі товари розбиваються на три категорії за ступенем важливості: до групи А відносяться товари, сума накопичених вартостей яких становить 70–80% від сумарної вартості всіх реалізованих за цей період товарів; до групи В — товари, сума вартостей яких становить 15–20%; до групи С — усі, що залишилися.

У процесі XYZ-аналізу весь асортимент товарів ділять на три групи залежно від ступеня рівномірності попиту. Ознакою, на основі якої конкретну позицію асортименту відносять до групи X, Y або Z, є коефіцієнт варіації попиту з цієї позиції. Рекомендовано наступний розподіл коефіцієнта варіації по групах: від 0 до 10% — група X; від 10 до 25% — група Y; більше 25% — група Z

Результати. Розглядається таблиця з переліком товарів та відповідними сумами вартостей, отриманими від їх продажу, які підприємство реалізує за певний період часу. На різних аркушах над даними проводилися розрахунки методами ABC-аналізу і XYZ-аналізу.

Для суміщення результатів розрахунків за обома методами на іншому аркуші було використано функцію VLOOKUP. Результатом спільного проведення аналізів ABC і XYZ над даними є матриця, яка містить дев'ять різних класів. Її наведено нижче в табл. 1:

Табл. 1. Матриця класів

Класи	А	В	С
Х	Висока споживча вартість	Середня споживча вартість	Низька споживча вартість
	Високий ступінь надійності споживання	Високий ступінь надійності споживання	Високий ступінь надійності споживання
Y	Висока споживча вартість	Середня споживча вартість	Низька споживча вартість
	Середній ступінь надійності споживання	Середній ступінь надійності споживання	Середній ступінь надійності споживання
Z	Висока споживча вартість	Середня споживча вартість	Низька споживча вартість
	Низький ступінь надійності споживання	Низький ступінь надійності споживання	Низький ступінь надійності споживання

Висновки. Поєднання ABC- та XYZ-аналізу надає можливість розробити оптимальний варіант випуску кожного виду продукції, виявити товари, що є найбільш прибутковими, та ті, що користуються найменшим попитом, що дозволить зробити деякі поправки з метою оптимізації товарного асортименту.