

УДК 339.1; 338.46:339.1
ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ТОВАРОВ
ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА
ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

О.В.ПЕКЛИНА

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Ассортимент предприятия включает обычно большое число товаров, имеющих различную стоимость и различную долю в структуре товарооборота. Вместе с тем предприятие часто имеет ограниченные возможности уделять значительное внимание каждому товару. В связи с этим возникает необходимость в дифференцировании всего товарного ассортимента по значимости для предприятия входящих в него товаров.

Наиболее простым методом группировки является структуризация ассортиментных групп по доле в объемах продаж. По данным долям, выраженным в процентах, строится круговая диаграмма. Но такой вид группировки ценной для управления запасами информации не несет.

Более информативным для цели выработки тактики управления запасами является комбинированный АВС-XYZ метод. Эти методы являются классическими при анализе эффективности текущего управления запасами на предприятии. Как правило, АВС-анализ ранжирует виды инструмента по доле в общих запасах. Критерием группировки может выступать любой важный для исследователя признак – стоимость, дефицитность, общие затраты на приобретение, прибыльность и т.д.

Наиболее распространен подход, при котором на товары группы А приходится 70-80 % стоимости всех складских запасов, а доля этой группы в общем количестве единиц товаров на складе составляет около 20 %. Для товаров группы В это соотношение составляет соответственно 15 % и 30-40 %, а для товаров группы С – 5-15 % и 40-50 %.

Кроме вышеописанного, «эмпирического» в литературе рассматриваются дифференциальный и «аналитический» методы. Их алгоритмы разобраны на примерах у В.С. Лукинского, в итоге признается простота и эффективность «эмпирического» метода.

Параллельно с АВС-анализом необходимо проводить XYZ-анализ, сущность которого в структуризации потребления запасов по фактору стабильности потребления и возможности его предвидения.

На первом этапе необходимо рассчитать коэффициенты вариации спроса по отдельным позициям ассортимента (v). Алгоритм деления на группы следующий: группа X - $0 < v < 10\%$, группа Y - $10 < v < 25\%$, группа Z - $25 < v < \infty$.

Для обобщения результатов анализов строят матрицу ABC-XYZ, позволяющую обеспечить дифференцированный контроль к разным товарным группам при управлении запасами. В этой матрице объединяются выводы, сделанные по данным видам анализа.

Для товарных позиций, входящих в группы AX, AY и AZ, следует выработать индивидуальные технологии управления запасами. Данные группы требуют наибольшего внимания, для них необходимо тщательное планирование закупочной деятельности, ежедневный учет и контроль наличия товаров на складе, постоянный анализ отклонений от запланированных показателей.

Планирование запасов по товарным позициям, входящим в группы CX, CY и CZ, может осуществляться на более длительный период, например, на квартал, с еженедельной (или ежемесячной) проверкой наличия запаса на складе.

Для проведения классификации ассортимента по нескольким признакам удобно использовать такой метод статистической многомерной группировки как кластерный анализ. Его суть заключается в разбиении всей совокупности на группы со сходными значениями признаков, положенных в основу группировки. Разбиение по методу кластерного анализа удобно проводить в пакете Statistica. Для этого сначала строится дендрограмма, по которой можно определить необходимое количество кластеров. Её можно определить как графическое изображение результатов процесса последовательной кластеризации, которая осуществляется в терминах матрицы расстояний. В дендограмме объекты располагаются вертикально слева, результаты кластеризации справа. Значения расстояний или сходства, отвечающие строению новых кластеров, изображаются по горизонтальной прямой поверх дендограмм.

Для определения расстояния между кластерами используются несколько методов. Основные из них это расстояние по принципу «ближайшего соседа», расстояние по принципу «дальнего соседа», расстояние, измеренное по центрам тяжести двух групп, расстояние по принципу средней связи.

Затем в пакете Statistica осуществляется деление на выбранное количество кластеров, причем можно проследить, какие ассортиментные группы попали в каждый кластер.

Следует отметить, что для целей управления запасами удобно проводить кластеризацию по таким признакам как объем запасов и продаж за период, рентабельность продаж, длительность оборота, объем страхового запаса и др.

Совокупность перечисленных методов структуризации ассортиментных групп дает возможность оценить состояние системы управления запасами на предприятии и выработать дифференцированный подход к управлению запасами для каждой ассортиментной группы.