

03.10.2023  
Група 2М-1  
Урок 31-32

**Тема. СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ABC –  
АНАЛІЗУ ТА XYZ – АНАЛІЗУ В ЛОГІСТИЦІ ЗАПАСІВ**

**Мета:** ознайомитися з характеристиками видів аналізу та навчитися їх застосовувати

**Опрацювання конспекту лекцій стор. 81-84**

**ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ**

Формування раціонального товарного асортименту досліджуваного підприємства за допомогою ABC - аналізу

**Умова:** Компанія “Sladko” спеціалізується на випуску різноманітних цукерок (з горіхами, з цукатами, з ізіюмом, з карамеллю, в молочному шоколаді, льодяники), багатьох видів шоколаду та інших солодоців. Продукція орієнтована на споживачів різного віку, із різним доходом.

Враховуючі дії конкурентів для закріплення позицій на внутрішньому ринку підприємства вибрані наступні орієнтири:

- Сучасний дизайн
- Середні ціни
- Висока якість

Підприємство отримує щотижневий звіт про збут своєї продукції згідно з домовленістю із роздрібними торговцями та іншими точками продажу. Аналіз збуту товарів компанії “Sladko” в Харківському регіоні за рік зображено у таблиці П1.

Таблиця П1 - Аналіз збуту товарів компанії «Sladko» в Харківському регіоні за рік

Асортимент	продано, шт	ціна, грн./шт	збут	
			грн.	%
1	2	3	4	5
1. Цукерки “Ванілла”	65646	45,7	3000000	9

2. Карамелізовані цукерки	51852	40,5	2100000	7
3. Цукерки в молочному шоколаді	131653	35,7	4700000	12
4. Цукерки з цілими горіхами	39648	45,4	1800000	6
5. Цукерки з дробленими горіхами	24510	40,8	1000000	3
6. Цукерки з цукатами	84699	36,6	3100000	9
7. Цукерки з ізюмом	72687	45,4	3300000	9
8. Цукерки з карамеллю	29412	40,8	1200000	4
9. Шоколад молочний	104762	10,5	1100000	3
10. Шоколад чорний	172727	11,0	1900000	5
11. Шоколад білий	140000	10,0	1400000	4
12. Льодяники "Фрост"	90000	10	900000	3
13. Льодяники з гумкою	79167	12	950000	2
14. Льодяники з рідким центром	57143	14	800000	2
15. Льодяники на палочці	114286	7	800000	2
16. Мармелад	46000	25	1150000	4
17. Жувальна гумка	520000	5	2600000	7
18. Цукерки "Пташине молоко"	42857	35	1500000	4
19. Гумові червячки	90000	15	1350000	3
20. Поп-корн	75000	8	600000	2
Усього	-	-	35250000	100

**Рішення:** Завдяки аналізу збуту з'являється можливість корегувати асортимент - збільшувати виробництво одних одиниць продукції та зменшувати виробництво інших (або, навіть, припиняти виробництво).

Наступним етапом є групування моделі за обраним принципом, а саме:

- Група А - відсоток збуту більш 7%
- Група Б - відсоток збуту 5-7%
- Група В - відсоток збуту 1-4%

Отримане групування заносимо у таблицю П2 і робимо подальші розрахунки.

Таблиця П2 - АВС - аналіз

Категорія асортименту	Кількість найменувань	Шифр	Збут, грн.	Доля в загальному обсязі
1	2	3	4	5
А	4	1	3000000	40%
		3	4700000	
		6	3100000	

		7	3300000	
В	4	2	2100000	23,82%
		4	1800000	
		10	1900000	
		17	2600000	
С	12	5	1000000	36,18%
		8	1200000	
		9	1100000	
		11	1400000	
		12	900000	
		13	950000	
		14	800000	
		15	800000	
		16	1150000	
		18	2600000	
		19	1500000	
		20	600000	
Всього	20	-	-	100%

Перед останнім етапом - висновком та рекомендаціями - необхідним є побудова кривої АВС- аналізу.

Після проведення всіх розрахунків можна зробити наступний висновок:

В категорії А представлено 5 найменувань асортименту, відсоток збуту котрих в загальному обсязі більшою за 7%. Це товари 1, 3, 6, 7. Загальний відсоток збуту останніх дорівнює 40%. До цієї ж категорії відноситься основний товар аналізу - цукерки “Ванілла”.

Категорія В налічує також чотири товари. Цими товарами є товари 2, 4, 10 та 17. 23,82% - саме такий загальний відсоток збуту товарів цієї категорії.

На критерії “відсоток збуту - 1-3%” базується категорія товарів С, до якої увійшли 12 товарів. Це товари 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20. На них проходиться 36,18% доходу.

Доцільною буде концентрація на невеликій кількості товарів, які приносять щонайбільший прибуток. Прикладом таких товарів є “Цукерки в молочному шоколаді”. Необхідним є виведення з ринку деяких товарів які є, по суті, “баластом” для компанії. Потребують зняття з ринку деякі позиції

асортименту, що потрапили у категорію С, наприклад товари №14 та №5, адже саме вони увійшли і в категорію “Собаки” при БКГ - аналізі. Виведення інших продуктів з категорії С небажане, бо широта асортименту дає можливість задовольнити потреби більшої кількості споживачів, та знижувати постійні витрати, що припадають на решту продукції, і відповідно їх собівартість.