

УДК 658.711:005.932

К ВОПРОСУ О РАНЖИРОВАНИИ РЕСУРСОВ В
ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКЕ
ON THE RANKING OF PROCUREMENT LOGISTICS
RESOURCES

Борисевич Я.Р.

Научный руководитель - Хартовский В.Е., заведующий
кафедрой, кандидат физико-математических наук, доцент,
профессор Гродненский государственный университет имени Янки
Купалы, г. Гродно, Беларусь
borisjana66@gmail.com

Borisevich Y.R.

Supervisor – Hartovskij V.E., Head of the Department, Candidate of
Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Professor,
Yanka Kupala State University, Grodno, Belarus

*Аннотация. В данной статье рассмотрен вопрос улучшения
закупочной деятельности организации. В частности, предложен
такой вариант решения проблемы, как применение совмещенного
ABC и XYZ-анализа.*

*Abstract. This article considers the issue of improving the
procurement activities of the organization. In particular, such variant of
the decision of a problem, as application of the combined ABC and XYZ-
analysis are offered.*

*Ключевые слова: закупочная деятельность, предприятие, ABC-
анализ, XYZ- анализ, финансы.*

*Key words: procurement, enterprise, ABC-analysis, XYZ-analysis,
finance.*

Введение.

В условиях рыночной экономики, развития рынков, объединении
деятельности участников цепи поставок и повышении спроса
потребителей все более актуальным становятся требования к
конкурентоспособности продукции. В данных обстоятельствах
предприятия нуждаются в более дешевом, но одновременно
качественном сырье.

Закупочная логистика - это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами [1]. Главной задачей закупочной логистики является удовлетворение необходимости производства в сырье с максимально возможной экономической эффективностью. Поэтому освещение вопросов закупочной логистики является актуальным.

В настоящее время эффективное построение закупочной деятельности оказывает существенное влияние на успешную работу предприятия. Вдобавок ко всему, возникает потребность в распознавании существующих процессов, анализе и оценке результативности, внедрении новых процессов, а также управлении их взаимодействием с целью достижения намеченных целей и задач организации.

Основная часть.

С целью улучшения финансового состояния и повышения результативности деятельности предприятию необходимо принять меры по улучшению закупочной деятельности, поскольку успешно организованная закупочная деятельность сокращает логистические риски.

Существуют такие способы совершенствования, как: 1) анализ запросов и требований потребителей; 2) определение оптимальной потребности в материалах (товарах); 3) определение оптимального размера заказа на поставку товаров; 3) выбор наиболее рационального поставщика товаров; 4) оптимизация процедуры подачи заказа на поставку товаров; 5) выбор оптимального метода закупки товаров; 6) заключение наиболее экономичных договоров на поставку товаров; 7) контроль над выполнением заказов и условий договоров поставщиками товаров.

Согласно проведенному исследованию, на сегодняшний момент значительное распространение в логистике, особенно в управлении запасами, обрел ABC-анализ. ABC-анализ используют с целью уменьшения величины запасов, количества перемещений на складе, общего увеличения прибыли на предприятии и т.д. Для того чтобы минимизировать вероятность ошибки, необходимо придерживаться следующего алгоритма [2, с.108].

ABC-анализ включает в себя следующие этапы.

Этап 1. Определение целей анализа. Определение цели является ключевым моментом ABC-анализа, так как сам анализ представляет

собой лишь инструмент, способный дать определенный результат при умелом обращении.

Этап 2. Определение объектов анализа. В роли объекта ABC-анализа ассортимента может выступать товарная категория, группа, подгруппа, номенклатурная единица, клиент (для оптовой торговли), поставщик и т.п.

Этап 3. Определение показателей дифференциации объектов анализа. На данном этапе определяется доля реализации каждой ассортиментной позиции в общем объеме реализации товара. Для этого необходимо определить факторы, на основе которых будет происходить дифференциация объектов анализа.

Этап 4. Формирование информации о номенклатуре, количестве и стоимости материалов. Благодаря нынешним информационным системам стало возможным формирование необходимого массива информации и автоматическое выполнение всех последующих действий [4].

Этап 5. Оценка вклада каждого объекта.

Этап 6. Выделение групп: А, В, С: 1) А — наиболее ценные, 20 % — ассортимента; 80 % — продаж; 2) В — промежуточные, 30 % — ассортимента; 15 % — продаж; 3) С — наименее ценные, 50 % — ассортимента; 5 % — продаж [2, с. 113].

Согласно проведенному исследованию, наиболее часто выделяют 3, реже 4-5 групп, в зависимости от целей анализа.

На пятом и шестом этапах осуществляется объективная оценка вклада каждого объекта в общий результат, распределение объектов в порядке убывания отобранного фактора, а также расчет возрастающего итога доли объектов в общем количестве в процентах и вклада этих объектов в общий результат в процентах.

Этап 7. По окончании группировки материалов результаты анализа интерпретируются и на основе этого предпринимаются меры, которые направлены на решение поставленной задачи [3, с. 110].

Таким образом, проведение ABC-анализа предоставляет возможность организации сосредоточить внимание на контроле только за наиболее важными (с точки зрения стоимости закупки и хранения) видами запасов (категории А, В) и, как следствие, сэкономить время и ресурсы.

Совместно с ABC-анализом, позволяющим выделить главные для фирмы-продавца товары, проводится XYZ-анализ. XYZ-анализ – один из прикладных методов, который позволяет применять знания об ошибке прогнозирования для повышения результативности управления запасами.

На основе результатов XYZ-анализа проводят ранжирование ресурсов предприятия с учетом характера их потребления и точности прогнозирования изменений в их востребованности в течение конкретного временного цикла.

Объекты анализа подразделяют на три группы «X», «Y», «Z».

Категория X- товары с колебанием продаж от 5% до 15%. Это товары, определяемые неизменной величиной потребления и высокой степенью прогнозирования.

Категория Y- товары с колебанием продаж от 15% до 50%. Это товары, определяемые сезонными колебаниями и средней вероятностью их прогнозирования.

Категория Z- товары с колебанием продаж от 50% и выше. Это товары с эпизодическим потреблением и внезапными колебаниями, поэтому спрогнозировать их спрос невозможно [4, с. 77].

Эффективнее применять XYZ-анализ в совокупности с ABC-анализом. В таком случае весь ассортиментный ряд делится на девять категорий товаров [5]: 1) Товары групп А и В содержат основной товароборот компании, по этой причине следует обеспечивать их постоянное наличие; 2) Товарам группы АХ и ВХ характерен высокий товароборот и стабильность; 3) Товары группы АУ и ВУ обладают низкой стабильностью расхода при высоком товарообороте; 4) Товары группы АZ и ВZ при высоком товарообороте выделяются низкой прогнозируемостью расхода; 5) Товары группы С составляют до 80% ассортимента компании; 6) По товарам группы СХ можно применять систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас; 7) По товарам группы СУ можно использовать систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом создать страховой запас в соответствии с имеющимися у компании финансовыми возможностями; 8) В группе товаров CZ оказываются все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п.

В ходе проведенного исследования был выявлен ряд значительных преимуществ в использовании совмещенного ABC и

XYZ-анализов, к которым можно отнести следующие: 1) повышение эффективности системы управления товарными ресурсами; 2) повышение доли высокоприбыльных товаров без нарушения правил ассортиментной политики; 3) установление ключевых товаров и причин, влияющих на количество товаров, хранящихся на складе; 4) перераспределение усилий персонала соответственно квалификации и имеющемуся опыту.

Заключение.

Из множества методов, применяемых в организации закупочной деятельности на предприятии, наибольшее распространение получили методы ABC и XYZ-анализов. ABC-анализ отличается большими преимуществами, которые выражаются в простоте, легкой реализации и универсальности. В свою очередь, XYZ-анализ дает возможность оценить колебания спроса на определенные позиции товаров, улучшить ассортимент и складские запасы. Таким образом, объединение ABC и XYZ-анализа является наиболее эффективным методом управления, контроля и планирования закупок товаров с учетом плана продаж на базе различных моделей пополнения запасов.

Литература

1. BizEducation [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.bizeducation.ru/> (Дата обращения: 26.10.2022).
2. Гаджинский А.М. Логистика: учебник для вузов. - Москва: Дашков и К, 2007. - 478 с.
3. Westerski A. Prediction of enterprise purchases using Markov models in procurement analytics applications / A. Westerski, R. Kanagasabai, J. Wong, H. Chang. -Volume 1. – Issue 1. – 2015. – P. 78–83.
4. Шумаев В.А. Основы логистики: учебное пособие. - Москва: Юридический институт МИИТ, 2016. - 314 с.
5. ABC-анализ [Электронный ресурс]. - URL: <https://rostov-logist.ru/teoriya-logistiki/abc-analiz/> (Дата обращения: 26.10.2022).

Представлено 01.11.2022