

АНАЛИЗ И ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ СРЕДСТВАМИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*Яшева Г.А., д.э.н., проф., Шарстнев В.Л., к.т.н, проф.,
Вардомацкая Е.Ю., ст. преп., Шидловская В.В., студ.*

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Цель исследования – сформировать рекомендации по ассортиментному перечню и планированию производственной программы предприятия.

Объект исследования – ассортиментные позиции одного из предприятий легкой промышленности г. Витебска.

Метод исследования – ABC-анализ, XYZ-анализ и совмещенный ABC-XYZ-анализ.

Инструментарий исследования – табличный процессор MS Excel.

В результате проведения ABC-анализа и XYZ-анализа были сформированы три группы товаров по каждому виду анализа. Совмещенный ABC-XYZ-анализ позволил объединить данные ABC и XYZ в единую матрицу и тем самым повысить качество решений и эффективность управления товарным ассортиментом. В ходе проведения этого вида анализа исследования были выявлены товары, попавшие в каждую из групп.

Товары групп AX и BX (20 % ассортимента) обеспечивают основной товароборот компании, поэтому необходимо обеспечивать постоянное их наличие. Расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется. Товары групп AY и BY (20 % ассортимента) при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас. Товары групп AZ и BZ (27 % ассортимента) при высоком товарообороте отличаются низкой прогнозируемостью расхода. Попытка обеспечить гарантированное наличие по всем товарам данной группы только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится.

Товары группы C составили 33 % ассортимента компании. В группу CX (13 % ассортимента) вошли товары, для привлечения внимания к которым можно использовать систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас. По товарам группы CY (13 % ассортимента) можно перейти на систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя из имеющихся у компании финансовых возможностей. В группу CZ (7 % ассортимента) попали все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать.

Таким образом, использование предложенных алгоритмов проведения анализа ассортимента с применением программного продукта MS Excel позволит организациям оперативно управлять ассортиментом, запасами, повысит эффективность плановой работы, объективность и оптимальность бизнес-стратегий, что в целом обеспечит повышение эффективности и конкурентоспособности деятельности организации.

Список использованных источников

1. Яшева, Г. А. Анализ и планирование ассортимента в табличном процессоре MS Excel / Г. А. Яшева, Е. Ю. Вардомацкая // Планово-экономический отдел, № 2 (129). – С. 46–58.
2. В. Л. Шарстнёв, Е. Ю. Вардомацкая. Компьютерные информационные технологии: пакеты прикладных программ для моделирования и анализа задач экономики : учебное пособие / В. Л. Шарстнёв, Е. Ю. Вардомацкая. – Витебск: УО «ВГТУ», 2007. – 138 с.