

СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ольховская О. Л., Бурдовицин Н. Н.

ДГМА, г. Краматорск

Применение продуктов сферы информационных технологий в торговле во многом предопределяет успешность развития торговой организации. Современные IT-продукты нацелены на корректировку и оптимизацию как внутренних, так и внешних бизнес-процессов. Наиболее важными являются технологии автоматизации отношений с покупателями и налаживания непосредственно торговой деятельности, во всех ее проявлениях.

ABC-XYZ-анализ позволяет разбить данные по продажам на девять групп в зависимости от вклада в выручку компании (ABC) и регулярности покупок (XYZ). Такая классификация упрощает работу при планировании и формировании ассортимента. Следовательно, ABC-XYZ-методику можно рассматривать как средство поддержки принятия решений в формировании стратегии управления запасами.

Полученные в результате прогнозирования данные в дальнейшем могут использоваться для управления запасами, в частности для расчета страхового запаса (страховой запас = 50 % спроса в планируемое время).

Результат ABC-XYZ-анализа и прогнозирования спроса товаров интернет-представительства торгового предприятия.

В результате ABC-XYZ-анализа каждому товару интернет-магазина присвоена категория (рис. 1).



ID	Наименование	Категория	Бренд	Цена, грн	Количество	Скидка, %	ABC	XYZ	
2	Полусинтетическое моторное масло - Optimal SAE 10W-40	Автомасла	LIQUI MOLY	432	96	4	A	Y	
3	Антифриз Bizol Coolant G12+ concentrate	Автохимия	BIZOL	523	89		C	Z	
4	Синтетическое моторное масло SuperTurboral LA SAE 5W-30	Автомасла	ARAL	850	188		A	X	

Рисунок 1 – Таблица товаров с категориями

Матрица категорий, с их описанием по каждой категории товара, представлена на рис. 2.

При выполнении классификации товаров запускаются функции XYZ- и ABC-классификации. В столбцы XYZ и ABC таблицы товаров записываются соответствующие буквы категорий.

На рисунке 3 представлена страница просмотра информации о товаре, а также динамика продаж товара по месяцам и прогнозируемые значения продаж на три месяца, вычисленные с помощью метода двойного

экспоненциального сглаживания (модель Хольта). На графике фактические данные обозначены синим цветом, а прогнозируемые – красным. На графике данного товара виден тренд возрастания продаж.

ГЛАВНАЯ АДМИНКА ЗАКАЗЫ ТОВАРЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ КАТЕГОРИИ БРЕНДЫ МОДЕЛИ ГОДЫ ВЫПУСКА МОДИФИКАЦИИ ОБЛАСТИ			
ТОВАРЫ			
	X	Y	Z
A.	Товары групп AX и BX отличаются высокой стабильностью, AX - высокий товарооборот, BX - средний товарооборот. Необходимо обеспечить их постоянное наличие, но для этого не нужно создавать избыточный страховой запас. Расход товаров этих групп стабилен и хорошо прогнозируется.	Товары групп AY и BY при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас.	Товары групп AZ и BZ при высоком товарообороте отличаются низкой прогнозируемостью расхода. Попытка обеспечить гарантированное наличие всех товаров данных групп только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится. По этим группам следует пересмотреть систему заказов.
B.	Товары данной категории	Товары данной категории	Товары данной категории
C.	Для товаров группы CX можно использовать систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас.	По товарам группы CY можно использовать систему заказов с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя из имеющихся у компании финансовых возможностей.	В группу товаров CZ попадают все новые товары, товары непостоянного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть из них можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые запасы, из-за которых компания несет потери.
	Товары данной категории	Товары данной категории	Товары данной категории

Рисунок 2 – Матрица категорий на странице товаров

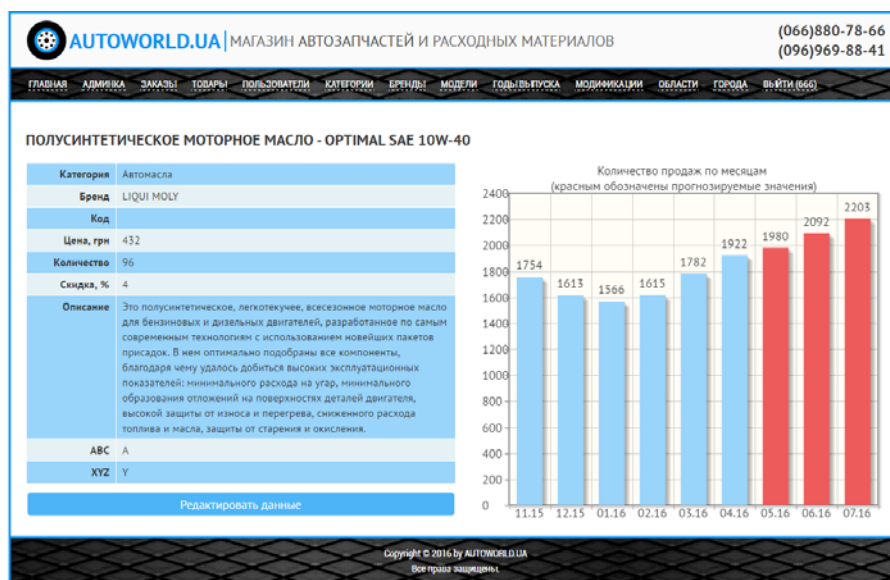


Рисунок 3 – Страница просмотра информации о товаре

Таким образом, осуществление оценки степени важности товаров интернет-магазина (ABC-метод) и оценки стабильности объема продаж товаров (XYZ-метод) позволяет разбить данные по продажам на 9 групп в зависимости от вклада в выручку компании (ABC) и регулярности покупок (XYZ). Такая классификация упрощает работу при планировании и формировании ассортимента.

Следовательно, после проведения ABC-XYZ-анализа, компания может начать планировать закупки товаров с учетом плана продаж на основе различных моделей пополнения запасов.