

АВС-рейтингование товарного ассортимента

© 2013 А.А. Кузнецова

кандидат экономических наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
г. Калуга

E-mail: kuznetsovaaa@mail.ru

Расшифрованы финансовые критерии, формирующие информационное обеспечение управления товарным ассортиментом предприятия. Описан алгоритм АВС-классификации товаров по выбранным критериям. Рассмотрены принципы формирования комплексного рейтинга товаров, на основе которого сформулированы правила управления товарами неодинаковой значимости.

Ключевые слова: финансовые аспекты формирования ассортимента, АВС-метод управления ассортиментом.

Введение - постановка проблемы

Товарный ассортимент - это группа товаров, тесно связанных между собой либо в силу схожести функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам потребителей, или через одни и те же типы торговых точек, или в рамках одного и того же диапазона цен¹.

Ассортиментная политика решает задачу оптимизации товарных групп и стратегических зон хозяйствования фирмы, с одной стороны, обеспечивая экономию за счет внутренней их связанности и возможности использования общей системы сбыта, научно-технической базы и др., с другой стороны, защищая за счет значительной диверсификации, "разбросанности" товарных позиций от возможных резких и отрицательных изменений условий рыночного развития.

Сущность планирования, формирования и управления ассортиментом как важнейшая составная часть товарной политики заключается в том, чтобы товаропроизводитель своевременно предлагал определенную совокупность товаров, которые в целом, соответствуя профилю его производственной деятельности, наиболее полно удовлетворяли бы требованиям определенных категорий покупателей.

Прежде чем принимать любые решения, связанные с изменением товарного ассортимента, необходимо провести его анализ. В настоящее время распространение получает такой инструмент управления ассортиментом, как АВС-анализ. *АВС-анализ* - это метод структурного анализа, основанный на ранжировании объектов исследования по выбранным показателям. Подобный анализ можно проводить как единовременно - в целях пересмотра ассортимента, так и регулярно - для отслеживания финансового "по-

ведения" каждой ассортиментной позиции и упреждения избыточного и неэффективного расширения ассортимента².

Как правило, ранжирование на группы товаров производят по вкладу в продажи фирмы³. Однако этот абсолютный критерий хозяйственной деятельности не в полной мере характеризует все финансовые аспекты формирования товарного ассортимента и положения фирмы на рынке. Поэтому информационное обеспечение управления ассортиментом должно быть шире и включать в себя систему формальных критериев.

Информационное обеспечение управления ассортиментом: методология построения

Рассмотрим возможное информационное наполнение финансового управления товарным ассортиментом (табл. 1).

К примеру, информационная база управления ассортиментом цеха полуфабрикатов пищевого предприятия будет выглядеть следующим образом (табл. 2, 3).

Далее для проведения АВС-рейтингования товаров по методологии АВС-анализа необходимо подготовить информацию для ранжирования, определив вклад каждой количественной категории (табл. 4).

На следующем этапе формирования рейтинга товаров проведем АВС-классификацию по основным критериям, входящим в информационную базу управления ассортиментом (табл. 5-11).

В конечном итоге формируем совокупный рейтинг по каждому товару (табл. 12).

В приведенном примере явных товарных аутсайдеров или лидеров не наблюдается, ассортимент сформирован равномерно.

Таблица 1. Состав информационной базы управления ассортиментом

Критерии, формирующие информационное обеспечение финансового управления товарным ассортиментом	Вспомогательные показатели
Выручка, ден. ед. (В)	Объем продаж, шт. (V)
Рентабельность продаж, % ($РП = П / В \cdot 100$)	Себестоимость 1 шт., ден. ед. (Cс1)
Среднемесячный заказ, ден. ед. ($СВ = Вг / 12$)	Себестоимость, ден. ед. ($Сс = Cс1 \cdot V$)
Коэффициент оборачиваемости ($КО = В / З$)	Прибыль, ден. ед. ($П = В - Сс$)
Рост продаж, % ($Гр = Вм / В \cdot 100$)	Выручка годовая, ден. ед. (Вг)
Неликвиды, % ($УНЛ = НЛ / З \cdot 100$)	Складские запасы, ден. ед. (З)
Уровень заказываемости ($Спр = В / СВ$)	Выручка за предыдущий месяц, ден. ед. (Вм)
	Неликвиды, ден. ед. (НЛ)

Таблица 2. Вспомогательные показатели для управления ассортиментом Мясокомбината

Товары	Пельмени	Котлеты	Шашлык	Поджарка	Фарш
Объем продаж, шт.	5200	3800	65	130	730
Себестоимость 1 шт., руб.	39	30	91	115	99
Себестоимость, руб.	202800	114000	5915	14950	72270
Прибыль, руб.	84405	54695	1404	1901	15880
Выручка годовая, руб.	4120890	2194000	40700	185570	1200400
Складские запасы, руб.	43180	32050	810	2020	14990
Выручка за предыдущий месяц, руб.	298560	163550	6580	16645	87430
Неликвиды, руб.	2900	4100	120	250	1140

Таблица 3. Критерии информационного обеспечения управления ассортиментом Мясокомбината

Товары	Пельмени	Котлеты	Шашлык	Поджарка	Фарш
Выручка, руб.	287205	168695	7319	16851	88150
Рентабельность продаж, %	29,39	32,42	19,18	11,28	18,01
Среднемесячный заказ, руб.	343408	182833	3392	15464	100033
Коэффициент оборачиваемости	6,65	5,26	9,04	8,34	5,88
Рост продаж, %	96,2	103,15	111,23	101,24	100,82
Неликвиды, %	6,72	12,79	14,81	12,38	7,61
Уровень заказываемости	0,8363	0,9227	2,1579	1,0897	0,8812

Таблица 4. Промежуточный ABC-ранжир товаров

Товары	Пельмени	Котлеты	Шашлык	Поджарка	Фарш	Итого
Выручка, руб.	287205	168695	7319	16851	88150	568220
То же, %	50,54	29,69	1,29	2,97	15,51	100,00
Рентабельность продаж, %	29,39	32,42	19,18	11,28	18,01	110,28
То же, %	26,65	29,40	17,39	10,23	16,33	100,00
Среднемесячный заказ, руб.	343408	182833	3392	15464	100033	645130
То же, %	53,23	28,34	0,53	2,40	15,51	100,00
Коэффициент оборачиваемости	6,65	5,26	9,04	8,34	5,88	35,17
То же, %	18,91	14,96	25,70	23,71	16,72	100,00
Рост продаж, %	96,2	103,15	111,23	101,24	100,82	512,64
То же, %	18,77	20,12	21,7	19,75	19,67	100
Запасы, ден.	4,5	5,7	3,3	3,6	5,1	22,2
То же, %	18,91	14,96	25,70	23,71	16,72	100,00
Неликвиды, %	6,72	12,79	14,81	12,38	7,61	54,31
То же, %	12,37	23,55	27,27	22,80	14,01	100,00
Уровень заказываемости	0,8363	0,9227	2,1579	1,0897	0,8812	5,8878
То же, %	14,20	15,67	36,65	18,51	14,97	100,00

Таблица 5. ABC-классификация товаров по критерию “Выручка”

<i>ABC-выручка</i>		
Товары	Руб.	%
Пельмени	287205	50,54
Котлеты	168695	29,69
Итого А	455900	80,23
Фарш	88150	15,51
Итого В	88150	15,51
Шашлык	7319	1,29
Поджарка	16851	2,97
Итого С	24170	4,26

Таблица 6. ABC-классификация товаров по критерию “Рентабельность продаж”

<i>ABC-рентабельность</i>		
Товары	Рентабельность	%
Котлеты	32,42	29,4
Пельмени	29,39	26,65
Итого А	61,81	56,05
Шашлык	19,18	17,39
Фарш	18,01	16,33
Итого В	37,19	33,72
Поджарка	11,28	10,23
Итого С	11,28	10,23

Таблица 7. ABC-классификация товаров по критерию “Среднемесячный заказ”

<i>ABC-среднемесячный заказ</i>		
Товары	Руб.	%
Пельмени	343408	53,23
Котлеты	182833	28,34
Итого А	526241	81,57
Фарш	100033	15,51
Итого В	100033	15,51
Шашлык	3392	0,53
Поджарка	15464	2,4
Итого С	18856	2,93

Таблица 8. ABC-классификация товаров по критерию “Коэффициент оборачиваемости”

<i>ABC-оборотчиваемость</i>		
Товары	Обороты	%
Шашлык	9,04	25,7
Поджарка	8,34	23,71
Пельмени	6,65	18,91
Итого А	24,03	68,32
Фарш	5,88	16,72
Итого В	5,88	16,72
Котлеты	5,26	14,96
Итого С	5,26	14,96

Таблица 9. ABC-классификация товаров по критерию “Рост продаж”

<i>ABC-рост продаж</i>		
Товары	Рост	%
Шашлык	111,23	21,7
Котлеты	103,15	20,12
Поджарка	101,24	19,75
Итого А	315,62	61,57
Фарш	100,82	19,67
Итого В	100,82	19,67
Пельмени	96,2	18,77
Итого С	96,2	18,77

Таблица 10. ABC-классификация товаров по критерию “Уровень неликвидов”

<i>ABC-неликвиды</i>		
Товары	Залежи	%
Пельмени	6,72	12,37
Итого А	6,72	12,37
Фарш	7,61	14,01
Итого В	7,61	14,01
Котлеты	12,79	23,55
Шашлык	14,81	27,27
Поджарка	12,38	22,8
Итого С	39,98	73,62

Таблица 11. ABC-классификация товаров по критерию “Уровень спроса”

<i>ABC-спрос</i>		
Товары	Уровень	%
Шашлык	2,1579	36,65
Поджарка	1,0897	18,51
Котлеты	0,9227	15,67
Итого А	4,1703	70,83
Фарш	0,8812	14,97
Итого В	0,8812	14,97
Пельмени	0,8363	14,2
Итого С	0,8363	14,2

Таблица 12. Итоговый рейтинг товаров

Товары	Рейтинг
Пельмени	AAAAACC
Котлеты	AAAAABC
Шашлык	AAABCCC
Поджарка	AAACCCC
Фарш	BBBBBBB

Заключение. Возможные результаты использования информационной базы управления ассортиментом

Итак, информационную базу управления товарным ассортиментом целесообразно формировать поэтапно:

1) выбор ключевых критериев, характеризующих эффективность ассортимента, в том числе с учетом отраслевой специфики и рыночной конъюнктуры⁴;

2) ранжирование ассортимента с использованием ABC-принципа по каждому критерию, входящему в информационную базу;

3) составление итогового рейтинга по каждому товару (товарной группе);

4) принятие управленческих решений на основе полученного совокупного товарного рейтинга по следующим основным правилам:

• *товары-лидеры, имеющие преимущественно рейтинг А*. Применение акций в широких масштабах по стимулированию продаж;

• *средний тип товаров (В)*. Модификация товаров, мероприятия по оживлению продаж;

• *товарные аутсайдеры (С)*. Снятие с производства, замена их более совершенной и технологичной продукцией.

¹ Гаджинский А.М. Логистика. М., 2009. С. 57.

² Кузнецова А.А. ABC-метод управления товарными запасами промышленного предприятия // Теория и практика развития экономики региона: 7 Межрегиональная НПК. Калуга, 2008. С. 144.

³ Уоткинс Д. Основы матричных вычислений. М., 2009. С. 131.

⁴ Разгуляев В. Ликвидация неликвидов. URL: upravlenie-zapasami.ru.

Поступила в редакцию 01.02.2013 г.