

авс-анализ и сезонная компонента промышленного предприятия

Аннотация

В статье рассмотрена методика проведения АВС-анализа применительно к промышленным предприятиям с целью выявления сезонной компоненты. Это позволит предприятию грамотно планировать свою деятельность не только в краткосрочном периоде, но и определять свою стратегию долгосрочного развития.

Ключевые слова: стратегия, управленческое решение, промышленное предприятие, долгосрочное планирование, АВС-анализ, сезонная компонента

Для формирования грамотной стратегии развития предприятия очень важно провести качественный анализ его хозяйственной деятельности, а именно, анализ объема продаж, рынков сбыта, поставщиков, сезонности и т.д. Очень часто для этого используется АВС-анализ – анализ ассортимента, объема продаж различным группам потребителей, товарных запасов путем деления на три категории (класса), которые отличаются по своей значимости и вкладу в оборот или прибыль предприятия: А – наиболее ценные, В – промежуточные, С – наименее ценные. При создании АВС-анализа использовался принцип Парето, который высказал мысль, что 80% благосостояния итальянского общества контролируется 20% общественного капитала.

Принцип Парето и АВС-анализ ОАО «Саратовстройстекло»

По отношению к АВС-анализу принцип Парето формулируется следующим образом: постоянный контроль 20% позиций позволяет на 80% контролировать объем получаемой прибыли, ассортиментный ряд предприятия и т.д.

При этом:

Денисов

Вячеслав Тихонович

*д-р. экон. наук,
профессор, заслуженный
работник высшей
школы Российской
Федерации, зав.
кафедрой экономики
и управления ВЭД,
Саратовский
социально-
экономический
университет,
действительный
член Академии
экономических наук
Украины*

– к группе А относят объекты, сумма долей накопительным итогом которых составляет первые 50% от общей суммы значений параметров;

– к группе В относят следующие за группой А объекты, сумма долей с накопительным итогом которых составляет от 50 до 80% от общей суммы значений параметров;

– к группе С относят оставшиеся объекты, сумма долей с накопительным итогом которых составляет от 80 до 100% от общей суммы значений параметров.

Проанализируем объемы поставок в различных представительств ОАО «Саратовстройстекло» (по регионам) с использованием закона В. Парето (см. табл. 1 на с. 106). Применительно к объемам поставок этот закон можно сформулировать следующим образом: 80% выручки предприятия приходится на 20% представительств. Поэтому именно этим 20% следует уделять приоритетное внимание.

Суть анализа состоит в распределении всех представительств (регионов) на три группы:

– группа А – наиболее крупные представительства (регионы, то есть те, на которые приходится 50% выручки;

– группа В – представительства (регионы) средней важности, то есть те, на которые в сумме приходится 30% выручки предприятия;

– группа С – маловажные представительства (регионы), то есть те, суммарный объем выручки которых составляет 20%.

Таким образом, проанализировав данные предприятия можно сделать вывод, что к группе А, то есть наиболее важным регионам с точки зрения получаемой прибыли, относятся Южный, Центральный и Приволжский округа. К группе В, то есть к регионам меньшей важности относят Уральский округ, Болгарию и Украину. Именно поставки в вышеобозначенные регионы и страны приносят предприятию максимальную долю прибыли. Остальные регионы приносят лишь 20% в объемах поставок.

АВС-анализ и контроль над сезонностью поставок

При формировании стратегии на предприятии необходимо не только учитывать важность того или иного контрагента и региона, а также принимать во внимание сезонную компоненту в поставках. Мы

Авдеева

Екатерина Сергеевна

канд. экон. наук,
доцент, кафедра
внешнеэкономической
деятельности,
Саратовский
филиал Российского
государственного
торгово-
экономического
университета
avdeeva_ek@mail.ru

Таблица 1

**Региональная диверсификация
ОАО «Саратовстройстекло»***

№	Регионы	2009, %	Кумулятивная стоимость
1	Южный ФО	23,18	–
2	Центральный ФО	17,69	40,87
3	Приволжский ФО	16,21	57,08
4	Болгария	6,48	63,56
5	Уральский ФО	6,45	70,01
6	Украина	6,17	76,18
7	Саратовстекло	5,84	82,02
8	Сибирский ФО	4,51	86,53
9	Турция	3,97	91,05
10	Северо-Западный ФО	3,81	94,31
11	Казахстан	1,92	96,23
12	Греция	1,28	97,51
13	Албания	0,89	98,4
14	Азербайджан	0,37	98,7
15	Грузия	0,31	99,08
16	Латвия	0,27	99,35
17	Литва	0,24	99,59
18	Саратовинтерьерстекло	0,20	99,79
19	Дальневосточный ФО	0,13	99,91
20	Молдова	0,04	99,95
21	Словакия	0,02	99,98
22	Узбекистан	0,02	100
	ИТОГО	100,00	

* **Примечание.** В таблице приведены данные ОАО «Саратовстройстекло».

*при создании
ABC-анализа
использовался
принцип Парето,
который высказал
мысль, что 80%
благосостояния
итальянского
общества
контролируется
20% общественного
капитала*

предлагаем использовать ABC-анализ и для контроля над сезонностью поставок, проранжировав месяца согласно объемам поставляемой продукции в них (см. табл. 3, 4 на с. 108). Это позволит системно подойти к вопросу стратегического планирования предприятия: с одной стороны использую регио-

нальный потенциал, а с другой временной потенциала предприятия.

Весьма серьезно на результат расчетов может повлиять сезонность (см. табл. 2 ниже). Для анализа данных по товарам, имеющим серьезные сезонные колебания, более правильным и эффективным действием будет выделение сезонной компоненты из фактических данных. Для каждого товара необходимо рассчитать сезонные коэффициенты и определить сезонный тренд.

При анализе поставок по месяцам с помощью ABC-анализа, выявлено, что к месяцам, в течение которых производится 50% (то есть категория А) поставок (в млн. кв. м) являются март, август, сентябрь, июль, октябрь (табл. 3). К категории В относят – июнь, май, апрель, декабрь. И к наименее удачным месяцам, то есть в течение которых осуществляется лишь 20% поставок относят: январь, ноябрь, февраль.

При анализе стоимостных показателей картина распределения месяцев согласно ABC-анализа несколько меняется. Это может быть связано с колебаниями цен на товар. Так, к группе А относят: сентябрь, август, октябрь, июль, март.

по отношению к ABC-анализу принцип Парето формулируется следующим образом: постоянный контроль 20% позиций позволяет на 80% контролировать объем получаемой прибыли, ассортиментный ряд предприятия и т.д.

Таблица 2

Помесячные поставки предприятия в 2009 году*

	Отгрузка, млн. кв. м.	Отгрузка, млн. руб.	Сезонный коэффициент	% рынка	Отгрузка без учета сезонных колебаний, млн. кв. м.	Отгрузка без учета сезонных колебаний, млн. руб.
Январь	1,66	134,71	7,6	15	1,79	145,79
Февраль	1,52	121,36	7	13	1,63	130,49
Март	2,69	180,79	12,3	24	3,07	206,15
Апрель	1,67	133,80	8,2	15	1,82	145,75
Май	1,69	134,85	8,3	15	1,84	147,06
Июнь	1,73	155,97	8,5	15	1,89	170,46
Июль	1,88	188,34	9,2	17	2,07	207,42
Август	1,99	219,24	9,8	18	2,21	243,06
Сентябрь	1,93	232,13	9,5	17	2,13	256,5
Октябрь	1,81	216,99	8,9	16	1,99	238,19
Ноябрь	1,61	177,44	7,9	14	1,75	192,66
Декабрь	1,67	167,42	8,2	15	1,82	182,37
Итого	21,87	2074,13		16	24,01	2265,9

*Примечание. В таблице приведены данные ОАО «Саратовстройстекло».

Таблица 3

**АВС-анализ с учетом сезонной компоненты,
млн. кв. м.***

	Отгрузка		Кумулятивный итог	
	млн. кв. м.	%	кв. м.	%
Март	2,69	12,3	–	–
Август	1,99	9,1	4,68	21,4
Сентябрь	1,93	8,82	6,61	30,22
Июль	1,88	8,6	8,49	38,82
Октябрь	1,81	8,28	10,3	47,1
Июнь	1,73	7,91	12,03	55,01
Май	1,69	7,73	13,72	62,74
Апрель	1,67	7,64	15,39	70,38
Декабрь	1,67	7,64	17,06	78,02
Январь	1,66	7,59	18,72	85,61
Ноябрь	1,61	7,36	20,33	92,97
Февраль	1,52	6,95	21,87	100
Итого	21,87			

* **Примечание.** В таблице приведены данные ОАО «Саратовстройстекло».

Таблица 4

**АВС-анализ с учетом сезонной компоненты,
млн. руб.***

	Отгрузка		Кумулятивный итог	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Сентябрь	232,13	11,19	–	–
Август	219,24	10,57	451,37	21,76
Октябрь	216,99	10,46	668,36	32,22
Июль	188,34	9,08	856,7	41,3
Март	180,79	8,72	1037,49	50,02
Ноябрь	177,44	8,55	1214,93	58,57
Декабрь	167,42	8,07	1382,35	66,64
Июнь	155,97	7,52	1538,32	74,16
Май	134,85	6,5	1673,17	80,66
Январь	134,71	6,49	1807,88	87,15
Апрель	133,80	6,45	1941,68	93,6
Февраль	121,36	5,85	2074,13	100
Итого	2074,13			

* **Примечание.** В таблице приведены данные ОАО «Саратовстройстекло».

**при формировании
стратегии
на предприятии
необходимо
не только учитывать
важность того или
иного контрагента
и региона, а также
принимать
во внимание сезонную
компоненту
в поставках**

К группе В относят ноябрь, декабрь, июнь, май. И наиболее неудачными месяцами в стоимостном выражении являются январь, апрель, февраль. Таким образом, использование инструмента ABC-анализа не только в его традиционном виде, но и в расширенном, в виде инструмента определения сезонности, позволит более грамотно подойти к формированию стратегии развития предприятия, распределив объемы поставок, людские ресурсы и потоки на предприятие.

Литература

1. Денисов В.Т., Авдеева Е.С., Кулаков Д.С. Разработка и реализация управленческих решений на предприятии: теория, методология, практика. – Саратов: Издательство «Научная книга», 2008. – с. 250.
2. Голубков Е.П. ABC- и XYZ анализ: проведение и оценка результативности // Маркетинг в России и за рубежом, – №3 (77) – 2010. – С. 12-23.
3. Хамлова О. ABC-анализ: методика проведения // Управление компанией. – 2006. – №10.

pn

...использование инструмента ABC-анализа не только в его традиционном виде, но и в расширенном, в виде инструмента определения сезонности, позволит более грамотно подойти к формированию стратегии развития предприятия

Vyacheslav T. Denisov

Dr. of Econ. Sci., Professor, Honored Worker of Higher School of the Russian Federation, Head of Chair of Economics and FEA Management, Saratov Socio-Economic University, Member of the Academy of Economic Sciences of Ukraine

Ekaterina S. Avdeeva

Cand. of Econ. Sci., Associate Professor, Chair of Foreign Economic Activity, Saratov Branch of the Russian State University of Trade and Economics

ABC Analysis and Seasonal Component of Industrial Enterprise

Abstract

The article examines the methodology for the ABC analysis applied to industrial enterprises in order to identify seasonal components. It will enable the company to wisely plan their activities not only in the short term, but also to define its strategy for the long-term development.

Keywords: strategy, managerial decision, industrial enterprise, long-term planning, ABC analysis, seasonal component