

УДК 658.7

**Ал.Н. СЕНДЕР**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

### **ПРИМЕНЕНИЕ АВС-АНАЛИЗА В ЛОГИСТИКЕ**

АВС-анализ – это анализ ассортимента, объема продаж по различным группам потребителей, товарных запасов путем деления их на три категории, которые отличаются по своей значимости и вкладу в оборот или прибыль предприятия: А – наиболее ценные, В – промежуточные, С – наименее ценные [1]. АВС-анализ вне зависимости от сферы его применения проводится в следующей последовательности.

1. Выбор объекта анализа. Здесь возможна детализация направлений анализа по каналам сбыта или рыночным сегментам.

2. Определение параметра для проведения анализа. Нахождение единственного параметра, однозначно отражающего позицию анализируемых товаров, представляет сложную задачу, которая зависит от типа предприятия, скорости товарооборота, сезонности спроса. Эмпирическим путем используются различные параметры и выделяются группы АВС на основе последовательного применения нескольких параметров, таких как количество отгруженных заказов, дохода, количество единиц продаж.

3. Составление рейтингового списка объектов по убыванию значимости параметра.

4. Определение групп А, В и С. Группа А – объекты, сумма долей с накопительным итогом которых составляет первые 50 % от общей суммы значений параметров. Группа В – следующие за группой А объекты, сумма долей с накопительным итогом которых составляет от 50 до 80 % от общей суммы значений параметров. Группа С – оставшиеся объекты, сумма долей с накопительным итогом которых составляет от 80 до 100 % от общей суммы значений параметров.

Частота проведения АВС-анализа зависит от целого ряда факторов, и прежде всего, от продолжительности жизненного цикла товара данной торговой группы, сезонности продаж, влияния факторов внешней среды. Частота проведения выбирается индивидуально для каждой торговой группы. В частности, для торговых предприятий в относительно стабильных условиях внешней среды АВС-анализ может проводиться один раз в первый рабочий день нового месяца, следующего за анализируемым периодом. АВС-анализ необходимо проводить за период, равный 1 или 2 месяцам, что позволит сглаживать колебания сезонности, недопоставок.

Данные берутся не за последний месяц, а за последние полгода, учитывая таким путем влияние факторов, выходящих за рамки одного месяца. В то же время при более редком проведении ABC-анализа, скажем ежеквартальном, можно упустить какие-то важные факторы и, например, остаться в сезон без выгодного товара.

Таблица 1 – Анализ номенклатурных групп по объему продаж

Номенклатурная группа	Объем продаж, приведенный	% к итогу	Суммарные %	Группа
Вино-водочные товары	1 567	18,75	18,75	А
Кондитерские изделия	1 230	14,72	33,47	В
Колбасные изделия и мясные полуфабрикаты	911	10,9	44,37	В
Молоко и молочная продукция	890	10,65	55,02	С
Хлеб и хлебобулочные изделия	879	10,52	65,54	С
Соки, воды, безалкогольные напитки	865	10,35	75,89	С
Масложировая продукция	753	9,01	84,9	С
Фрукты, овощи	678	8,11	93,01	С
Рыбные изделия	583	6,99	100	С
Итого	8 356	100		

Чтобы наглядно показать применение метода ABC-анализа, нами была выбран магазин сети супермаркетов розничной торговли. В большинстве супермаркетов номенклатура состоит из следующих товарных групп: колбасные изделия и мясные полуфабрикаты, рыбные изделия, молоко и молочная продукция, масложировая продукция, хлеб и хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, фрукты и овощи, вино-водочные изделия, соки, воды и безалкогольные напитки. На основе анализа по объему продаж, группу А представляют номенклатурная группа вино-водочные товары, она составляет 20 % от общего объема продаж. В группу В, составляя 30 % от общего объема продаж (с 20 до 50 % накопленной долей), входят следующие номенклатурные группы: кондитерские изделия, колбасные изделия и мясные полуфабрикаты. В группу С, составляя 50 % от общего объема продаж (с 50 до 100 % накопленной долей), входят следующие номенклатурные группы: молоко и

молочная продукция, хлеб и хлебобулочные изделия, соки, воды, безалкогольные напитки, масложировая продукция, фрукты и овощи, рыбные изделия (таблица).

Таким образом, проведение анализа является эффективным способом оценки номенклатуры на торговых предприятиях. Преимущества ABC-анализа заключается в понятности и наглядности этапов проведения анализа. Кроме того, благодаря этому анализу, предприятие может скорректировать количество запасов и заказов.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. ABC-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. abc-analysis.ru](http://www.abc-analysis.ru). – Дата доступа: 23.03.2017.

УДК 372.853+537

**А.И. СЕРЫЙ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

#### **К ВОПРОСУ О ПРЕПОДАВАНИИ РАЗДЕЛА «ЭЛЕКТРОДИНАМИКА»**

Для закрепления и обобщения теоретического материала, излагаемого в рамках дисциплины «Теоретическая физика» (раздел «Электродинамика»), преподаваемого студентам 3 курса специальности «Физика и информатика» в 6 семестре, можно использовать сравнительные таблицы, составленные на основе материалов пособия [1] и предлагаемые ниже.

Первые 3 таблицы затрагивают такие темы, как «Электростатика», «Стационарный электрический ток» (с которым связана тема «Стационарное магнитное поле»), «Квазистационарное электромагнитное поле», «Быстропеременное электромагнитное поле». Вместе с тем, таблицы не затрагивают последнюю тему раздела «Электродинамика» курса теоретической физики, в которой рассматриваются избранные вопросы излучения электромагнитных волн. Указанные вопросы затрагиваются в таблице 4.

Во всех случаях используются приближения: 1. Значения  $\epsilon$ ,  $\mu$ ,  $\lambda$  считаются постоянными. 2. Предполагается отсутствие сегнетоэлектриков, ферромагнетиков и макроскопических тел.