

DIE OPTIMIERUNG DES SORTIMENTS UND BESTANDSMANAGEMENT

Sharko V.V.,

kandidat der Wirtschaftswissenschaften

Winniza institut für handel und wirtschaften von

Kiewer Nationalen Universität für Handel und Wirtschaften

Gavenko M.S.

Direktor der Unternehmen, St. Winniza

Die Arbeitseffektivität der gesamten Logistikkette des Handelsbetriebs hängt nach höchstem Standard von den Eigenschaften seines Warensortiments und Warenwirtschaftssystem ab. Das bewirkt die Aktualität der Frage der Optimierung des Warensortiments, dass sieht die Ausarbeitung der sonderen Managementstrategie für verschieden Gruppen von Waren ab,um die Vorräte zu minimieren, und das heißt wirtschaftlichere Nutzung der Ressourcen, die für die Verwaltung zugeordnet werden.

Um dieses Problem in der wissenschaftlichen Literatur zu lösen hat traditionelle Herstellungsverfahren wie die Optimierung des Warensortiments wie ABC-XYZ-Analyse, die sowohl unabhängig als auch in Kombination verwendet werden können.

Allerdings XYZ-Analyse hat ein wichtiges Merkmal: wenn die Dynamik der Verkauf bestimmter Waren durch saisonale Veränderungen gekennzeichnet, die sehr häufig triert auf, der Variationskoeffizient unangemessen hoch ist, was automatisch dieses Produkt zu der Gruppe wenig vorhergesagt tragen, obwohl das kann nicht der Realität entsprechen [3; 5]. Deshalb,um diesen Nachteil zu besetigen,wurde eine Methode durch der integrierten ABC-R / S-XYZ-Analyse entwickelt, die von vorhandenem kombiniertem ABC-XYZ-Analyse verändert damit,dass der zugegebene R / S-Analyse als Kriterium der Effizienz XYZ-Analyse und Anzeigefähigkeiten Umsatz der Dynamik Produktgruppen prognostiziert.

Die Technik wurde verwendet für die Optimierung des Warensortiments von Verteiler der Süßwaren von GmbH „Rochen-Winniza“. Das Gegenstand der Analyse wurde Warengruppen (Karamell, Toffee, Geleebonbons gewicht, Riegel; Schokolade; Schokoladenpralinen in der Schachtel; Schokoladenpralinen gewicht; Biscuite; Gebäck, Kräcker-gewicht; Gebäck, Kräcker-vorverpackt; Verpackte Waffeln;

Waffeln Gewicht; Gewürze).

Für die zweidimensionale ABC-Analyse wurde zwei Parameter gewählt: der naturreine Warenumsatz und Gewinn für die Warengruppen für den Zeitraum von Mai bis Oktober 2015. Nach ABC-Analyse Algorithmus wurde den Anteil jeder der Produktgruppen in den Gesamtwarenumsatz und Gewinn für den Zeitraum berechnet, weiter die Warengruppen waren in aussteigender Reihenfolge der Teilchen sortiert wurden, und dann ihre kumulierte Anteile waren berechnet und geteilt in „A“, „B“ und „C-Gruppen“. Die Gruppengrenzen wurden mit Hilfe des Verfahrens der Doppel Tangente [2] definiert. Für ABC-Analyse von Warenumsatz waren 60-30-10%, und Gewinn - 46-41-13%. Ergebnisse für ABC-Analysen von Warenumsatz und Gewinn in der Tabellen 1 und 2. gezeigt.

Tabelle 1

Die Ergebnisse der ABC-Analyse von Warenumsatz

Artikelgruppe	Warenumsatz von der Gruppe für den Zeitraum ab Monat Mai bis Monat Oktober 2015(kg)	Umsatzteil im Warenumsatz	Kumulativer Anteil	ABC-Gruppenanalyse
Karamellen, Toffees, Geleebonbons-gewicht	411026,75	31,76%	31,76%	A
Schokoladenpralinen-gewicht	254261,01	19,65%	51,41%	
Gebäck, Kräcker-gewicht	243662,40	18,83%	70,23%	B
Gebäck, Kräcker vorverpackt	79976,00	6,18%	76,41%	
Gewürze	78270,65	6,05%	82,46%	
Schokolade	67497,48	5,22%	87,68%	
Waffeln-gewicht	67111,85	5,19%	92,86%	C
Schokoladenpralinen in der Schachtel	36007,90	2,78%	95,64%	
Biscuite	24163,66	1,87%	97,51%	
Riegel	19343,78	1,49%	99,01%	
Waffeln- vorverpackt	12871,53	0,99%	100,00%	
Insgesamt für den Zeitraum	1294193,01			

Quelle: Durch den Autor berechnet ist, aufgrund den Daten der Rechnungslegung des Betriebs.

Aus der Tabelle 1 zeigt, dass der größte Anteil im Umsatze, nämlich 51,41%, haben zwei Warengruppen: Karamell, Toffee, Geleebonbons und Schokoladenpralinen-gewicht.

Sie bilden die Gruppe „A“. Gebäck, Cracker-gewicht und vorverpackt, Gewürze und Schokolade (die Gruppe B) nehmen eine Mittelstellung am

Warenumsatz für das Betrieb und für eine effektive Marketing-und Preispolitik können in der Klasse A entwickelt werden.

Die übrigen Warengruppen, einschließlich, die Waffeln-gewicht und verpackt, Schokoladenpralinen in der Schachtel, Biscuite, Riegel (Gruppe C) sind nicht so gut verkauft, wie erwartet. Die Ursachen können unzureichender Preis, zu eng Sortiment innerhalb der Gruppe, und anderen sein.

Tabelle 2

Die Ergebnisse der ABC-Analyse des Gewinns

Artikelgruppe	Bruttogewinn(UAH)	Anteil im Gewinn	Kumulativer Anteil	ABC-Gruppenanalyse
Pralinen-gewicht	1 607043,74	24,03%	24,03%	A
Karamellen, Toffees, Geleebonbons-gewicht	1 455774,42	21,77%	45,79%	
Schokolade	768 881,32	11,50%	57,29%	B
Gewürze	720 398,80	10,77%	68,06%	
Schokoladenpralinen-gewicht	628 638,26	9,40%	77,46%	
Gebäck, Kräcker-gewicht	598 363,20	8,95%	86,40%	C
Waffeln-gewicht	290 365,51	4,34%	90,74%	
Gebäck, Kräcker vorverpackt	254 011,64	3,80%	94,54%	
Biscuite	151 818,64	2,27%	96,81%	
Riegel	140 214,71	2,10%	98,91%	
Waffeln- vorverpackt	72 991,60	1,09%	100,00%	
Insgesamt für den Zeitraum	6 688 501,85			

Quelle: Durch den Autor berechnet ist, aufgrund den Daten der Rechnungslegung des Betriebs.

Die Ergebnisse der ABC-Analyse von Warenumsatz und Gewinn ermöglichen eine konsolidierte Matrix (Tab. 3) zu bilden.

Tabelle 3

Die Ergebnisse der zweidimensionalen ABC-Analyse von Warenumsatz und des Gewinns

Die Ergebnisse der ABC-Analyse von Umsatz	A	Pralinen-gewicht; Karamellen, Toffees, Geleebonbons-gewicht	–	–
	B	–	Schokolade; Gewürze; Kekse, Kräcker-gewicht	Kekse, Kräcker vorverpackt
	C	–	Pralinen in der Schachtel	Waffeln-gewicht; Waffeln-vorverpackt; Biscuite; Riegel
		A	B	C
Die Ergebnisse der ABC-Analyse des Gewinns				

Quelle: Das ist von Autor gebaut.

Gruppe „AA“ bilden Karamell, Toffee, Geleesüßigkeiten und Schokoladenpralinen-gewicht. Diese beiden Warengruppen sind eindeutige Führer der Produktreihe des Betriebs und erfordern ständige und sorgfältige Buchführung und Kontrolle und Analyse des Wettbewerbsumfelds und Nachfrageprognosen, um ausreichende Sicherheit Bilanz der Lage zu generieren und Bestandslücken zu vermeiden.

Gebäck, Kracker-gewicht (Gruppe B C) bringt dem Betrieb mehr Warenumsatz als Gewinn, möglicherweise aufgrund der geringen Aufzählung. Schokoladenpralinen in der Schachtel (Gruppe CB) ist ein Außenseiter für den Warenumsatz, sondern stellen dem Betrieb durchschnittlichen Gewinn sicher. Die Situation kann besser die Auslegung ändern, Handelsaktie oder Erweiterung des Sortiments von Positionen in diesen Produktgruppen.

„BB-Gruppe“ besteht aus Handelsgruppen, die sind „stabile Mitte“. Sie erfordern die üblichen Steuer- und Rechnungswesen. Sie können am wenigsten tun. Mit dieser Gruppen kann man zuletzt betreiben.

Die Gruppe von „CC“ – das sind die Produktgruppen, die bringen nicht einen wesentlichen Beitrag für die Arbeit des Betriebs, sowohl im Warenumsatz und im Gewinn. Bevor Sie sich entscheiden, sie aus dem Bereich zu entfernen, müssen Sie sorgfältig die Gründe für diese Situation analysieren. Ihre mechanische Ausschluss aus der Artikelreihe kann zu einer Gesamtabnahme der Ergebnisse führen, denn alle Produktgruppen in diesem Fall umverteilen gemäß der Proportion 60-30-10% oder 46-41-13%.

Der nächste Schritt war XYZ-Analyse der Nachfrage nach den Produkten des untersuchten Betriebs. Es wurde die Daten für den Zeitraum von Mai 2012 bis Oktober 2015 einschließlich verwendet. Die Zunahme der Zeitraum ist notwendig, um gründlich die Dynamikverkäufe zu untersuchen.

Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass, wenn Sie herkömmliche Skala verwenden (Gruppe X = 0-10%, Y = 10-25%, Z > 25%), keine Produktgruppen zu der Gruppe „X“ erreicht. Das bedeutet, dass die gesamten Warengruppen des Betriebs durch durchschnittliche und starke Nachfrageschwankungen gekennzeichnet,

was macht die Prognose für diese Gruppen unzweckmäßig. Allerdings ist diese Situation nicht eindeutig und könnte auf die Auswirkungen der Saisonalität oder Trends in Beziehung gesetzt werden. In diesem Fall ist die gespreizten Daten groß ist, wie durch den hohen Wert des Variationskoeffizienten gezeigt, wie in unserem Fall. Also, für Prüfung des Hypothesen über die Auswirkungen von saisonalen Faktoren, wurde durchgeführt, saisonalen Dekomposition von Zeitreihen mit der Verwendung der klassische Methode von der Indizessaisonalität durchgeführt [6].

Vergleich der XYZ-Analyse vor und nach der Entfernung der saisonalen Komponenten in der Tabelle 4 und 5 gezeigt.

Tabelle 4

Die Ergebnisse der XYZ-Analyse vor der Beseitigung die Saisonkomponente

Artikelgruppe	Der Variationskoeffizient, (%)	Gruppe für XYZ-Analyse
Karamellen, Toffees, Geleebonbons-gewicht	10,10%	Y
Gebäck, Kräcker vorverpackt	11,23%	Y
Gebäck, Kräcker-gewicht	14,99%	Y
Waffeln-gewicht	16,70%	Y
Waffeln-vorverpackt	21,85%	Y
Pralinen-gewicht	22,54%	Y
Riegel	25,98%	Z
Gewürze	27,14%	Z
Biscuite	28,18%	Z
Pralinen in der Schachtel	32,25%	Z
Schokolade	33,09%	Z

Quelle: Durch den Autor berechnet ist, aufgrund den Daten der Rechnungslegung des Betriebs

Tabelle 5

Die Ergebnisse der XYZ-Analyse nach der Beseitigung die Saisonkomponente

Artikelgruppe	Der Variationskoeffizient, (%)	Gruppe auf XYZ-Analyse
Gebäck, Kräcker vorverpackt	6,50%	X
Karamellen, Toffees, Geleebonbons-gewicht	6,70%	X
Waffeln-gewicht	8,64%	X
Gebäck, Kräcker-gewicht	9,47%	X
Schokoladenpralinen -gewicht	11,24%	Y
Riegel	17,05%	Y
Schokoladenpralinen in der Schachtel	19,73%	Y
Waffeln-vorverpackt	19,91%	Y
Gewürze	21,22%	Y
Biscuite	24,01%	Y
Schokolade	29,39%	Z

Quelle: Durch den Autor berechnet ist, aufgrund den Daten der Rechnungslegung des Betriebs

Wie gesehen werden kann, nach der saisonalen Dekomposition von Zeitreihen

die Situation ist völlig geändert. Entfernd die saisonale Komponente, die deterministisch ist, haben wir eine Reihe von zufälligen Schwankungen, die mit Hilfe der XYZ-Analyse wurden geschätzt. Die Variationskoeffizienten für alle Produktgruppen haben sich bedeutend verringert. Das zeigt, dass unsere Hypothese über die Auswirkungen von saisonalen Faktoren richtig war. Wenn wir die saisonale Komponente nicht entfernt hätten, wäre es falsch, Rückschlüsse auf die Fähigkeit zur Vorhersage Nachfrage nach den Produktgruppen aus, die zu falschen Handlungen im Bereich der Bestandsverwaltung führen würden.

Der nächste Schritt wurde R / S-Analyse durchgeführt, um das Vorhandensein von Speicherrängen zu identifizieren, dass die Dynamik von Warengruppenverkauf zu reproduzieren. Für heute R / S-Analyse ist die gängigste Methode für fraktale Eigenschaften von Zeitreihen. Seine Methode ist besteht in der Berechnung der Koeffizienten von Herst, die erhaltene Werte werden wie folgt interpretiert [1, p. 68-69; 4] :

1. Wenn $H = 0,5$, das heißt, Zeitreihen sind stochastische („weißes Rauschen“);
2. Wenn $0,5 < H < 1$, die Zeitreihe von Persistenz gekennzeichnet, das heißt, die Funktion dem langen Langzeitgedächtnis („schwarzes Rauschen“);
3. Wenn $0 < H < 0,5$, die Zeitreihen sind unbeständig, das heißt, die Zeitreihe verändert schneller, als im Fall den Zufallsprozess („rosa Rauschen“). Die berechneten Werte der Koeffizienten von Herst, in der Tabelle 6 gezeigt.

Tabelle 6

Die Ergebnisse der R / S-Analyse

Artikelgruppe	Koeffizient von Herst
Gebäck, Kräcker vorverpackt	0,716
Karamellen, Toffees, Geleebonbons-gewicht	0,728
Waffeln-gewicht	0,654
Gebäck, Kräcker-gewicht	0,677
Schokoladenpralinen-gewicht	0,679
Riegel	0,618
Schokoladenpralinen in der Schachtel	0,687
Waffeln-vorverpackt	0,613
Gewürze	0,689
Biscuite	0,604
Schokolade	0,555

Quelle: Durch den Autor berechnet ist, aufgrund den Daten der Rechnungslegung des Betriebs

Aus der Tabelle 6 es ist ersichtlich, dass alle Warengruppen, außer Schokolade, haben Herst Koeffizientenwerte, größer als 0,5. Das zeigt an, dass die Dynamik dieser Gruppen durch Persistenz (Trendstandfestigkeit) gekennzeichnet ist, das heißt, die Anwesenheit von Langzeitgedächtnis. Das bedeutet, dass, wenn in der Vergangenheit eine Tendenz zum Umsatzwachstum hat, ist es wahrscheinlich, dass sie beobachtet wird, wird fortgesetzt. Zur gleichen Zeit, desto mehr Herstkoeffizient ist, desto mehr die Werte korreliert. Der Herstkoeffizient hat den größten Wert in den ersten beiden Produktgruppen (Gebäck, Kräcker vorverpackt und Karamellen, Toffee, Geleebonbons gewicht), die nach der XYZ-Analyse zu gut vorhersagbaren gehören.

Ebenso R / S-Analyse zeigt, die Angemessenheit der Produktgruppen, die Dynamik von denen vorhergesagt werden kann, aber schlimmer als im vorigen Fall (Herstkoeffizient von etwa 0,6), mit der Gruppe „Y“ nach der XYZ-Analyse. Nur Gruppenschokoladenprodukt hat Herstkoeffizient von etwa 0,5, was sagt auf der Zufälligkeit einer Reihe aus, und die Unmöglichkeit angemessene Vorhersage der Dynamik. Die XYZ-Analyse identifiziert auf ähnliche Weise die Schokolade in der Gruppe gering prognostiziert.

Also, die Ergebnisse von R / S-Analyse und XYZ-Analyse nach der Entfernung der saisonalen Komponenten vollständig zusammengehen, was beweist, die Machbarkeit der vorhergehenden Transformation der Eingangsdaten vor der XYZ-Analyse, einschließlich saisonaler Dekomposition.

Die Ergebnisse der ABC- (nach dem Warenumsatz und Gewinn) und XYZ-Analyse bequem als Matrix kombiniert ABC-XYZ-Analyse dargestellt. (Tabelle. 7)

Auf dem Grund auf den gegebenen Ergebnissen, wurde die Empfehlungen hinsichtlich des Bestandsmanagement des untersuchten Betrieb bearbeiten.

Für die Gruppen „AAX“, „AAY“, „BBX“ und „BBY“ schlägt man vor, tägliche Buchhaltung von Warenentsorgung zu führen und stabilen Reserven unter Berücksichtigung der vorhergesagten Werte des Verbrauchs in den zukünftigen Zeitraum und im Sicherheitsbestand beibehalten, wie auch nur der geringste Mangel an diesen Produktgruppen konnte die Wirksamkeit des Unternehmens untergraben.

Dabei es ist notwendig, zu versuchen, um Redundanz zu vermeiden, weil die Nachfrage nach diesen Produktgruppen sind stabil und gut vorhersagt.

Tabelle 7

**Ergebnisse der kombinierten ABC-XYZ-Analyse des kommerziellen
Warenortiment von GmbH «Rochen-Winniza»**

Die Ergebnisse der ABC-Analyse von Umsatz	A	X	Karamellen, Toffees, Geleebonbons-gewicht	-	-	
		Y	Schokoladenpralinen gewicht	-	-	
		Z	-	-	-	
	B	X	-	Gebäck, Kräcker- gewicht	Gebäck, Kräcker vorverpackt	
		Y	-	Gewürze	-	
		Z	-	Schokolade	-	
	C	X	-	-	Waffeln-gewicht	
		Y	-	Schokoladenpralinen in Schachtel	Waffeln- vorverpackt Biscuite, Riegel	
		Z	-	-	-	
			A	B	C	
	Die Ergebnisse der ABC-Analyse des Gewinns					

Quelle: Das ist von Autor gebaut

Die Gruppe BBZ, mit hohem Warenumsatz und Gewinn sich mit geringer Verkaufsvorhersage unterscheidet. Das kann Management fördern, um zu versuchen eine garantierte Verfügbarkeit aller Produkte der Gruppe, indem überschüssigen Sicherheitsbestand auf dem Lager zu gewährleisten. Das kann jedoch eine Erhöhung der durchschnittlichen Bestands Unternehmen verursachen, die zu höheren Kosten und das Einfrieren von Geldern als Reserven führen werden.

Daher Produkte dieser Gruppe sollten die aktuellen Systemaufträge analysieren. Für einen Teil der Waren macht es Sinn, Bestellsystem mit einer konstanten Menge, um zu verwenden. Für den zweiten Teil der Ware sollte eine höhere Frequenz der Lieferungen und erhöhen die Häufigkeit der Überwachung gewährleisten.

Die Gruppe „CBY“, wie oben erwähnt, bringt das Unternehmen die durchschnittlichen Einkommen, sondern hinken in Bezug auf den Umsatz. Deshalb ist es notwendig, den Bereich der Warenpositionen innerhalb der Gruppe zu

erweitern, die Auslegung zu ändern und Aktionen auszuführen. Wie für die Reserven, sollten Sie sich auf ein System mit einer konstanten Menge oder Auftragsvolumen bewegen und Sicherheitsbestand erzeugen auf der Grundlage der finanziellen Leistungsfähigkeit des Betriebs.

Gruppe „BCX“ wird wahrscheinlich unterbewertet, weil gut verkauft, aber dem Betrieb nicht den gewünschten Gewinn bringt. Für diese Gruppe wird vorgeschlagen, die Preise zu erhöhen und die Verpackung und industrielle Abfüllung zu ändern. Wie für die Bestandsführung, wird empfohlen, mit einer konstanten Frequenz auf das Bestellsystem zu gehen und Sicherheitsbestand zu reduzieren. Die Zweckmäßigkeit der Anwesenheit im Sortiment der Produktgruppen, die bilden eine Gruppe von „CC“, ist es notwendig sorgfältig zu prüfen. Sie haben ein niedriges Umsatzvolumen und dem Unternehmen bringt nicht greifbare Gewinn. Deshalb ist es notwendig, verschiedene Kampagnen durchzuführen, um die Nachfrage zu stimulieren. Da die Dynamik des Warengruppenverkaufs kann erfolgreich vorhergesagt, in der Gruppen „CCX“ und „CCY“ empfiehlt man den Sicherheitsbestand auf dem aktuellen Niveau beizubehalten oder das Bestellsystem bei einer konstanten Frequenz zu verwenden.

In ähnlicher Weise wurde das Warensortiment des Verteilers der Lebensmittel und Haushaltschemikalien von GmbH „Askania-Prod“ analysiert. Die Ergebnisse der kombinierten ABC-XYZ-Analyse sind in der Tabelle 8 dargestellt.

Tabelle 8

Die Ergebnisse der kombinierten ABC- XYZ Analyse des Warensortimentst von GmbH „Askania-Prod“

ABC	A	X	Süßwaren	-	-
		Y	-	-	-
		Z	-	Snacks	-
		X	-	Mayonnaise, Ketchup	Mineralwasser
	B	Y	Kaffee	-	-
		Z			
	C	X	-	Säfte	Haushaltschemikalien
		Y	-	-	Tee
		Z	-	-	-
			A	B	C
Die Ergebnisse der ABC-Analyse des Gewinns					

Quelle: Das ist von Autor gebaut

Aus der Tabelle. 8 zeigt, dass das wichtigste Produkt im Sortiment ist

Süßwaren (Gruppe AAX), die sorgen für hohe Einkommen und haben den größten Anteil am Umsatz von GmbH „Askania-Prod“. Außerdem, zeigen die Ergebnisse XYZ- und R / S-Analyse eine hohe Vorhersagbarkeit der Verkaufsvolumen der gegebenen Warengruppen. Deshalb es ist notwendig, die konstante Versorgung für diese Produktgruppe zu halten, das Sicherheitsbestand zu berücksichtigen, um den Mangel zu vermeiden.

Die gleiche Art von Bestandsverwaltung sollte für die Gruppe BBX gemacht werden.

Zu der Gruppe „BAY“ gehören die Waren, die durch hohe Erträge und durchschnittliche Umsatz gekennzeichnet sind. Für diese Warengruppe der Hauptsache ist - stabil in ihrer Nische zu bleiben, dass es ist möglich, dank der Förderung und kontinuierliche Überwachung der Situation bei dem Konkurrent. Darüber hinaus diese Warengruppe gehört zu die durchschnittlich prognostiziert, so es ist notwendig, um auf ein System mit einer konstanten Menge oder Auftragsvolumen zu bewegen sollten und erzeugen Sicherheitsvorlauf, basierend auf den finanziellen Möglichkeiten des Betriebs.

Die Gruppe „ABZ“, umgekehrt, gehört zu den Waren mit hohem Warenumsatz und dem durchschnittlichen Gewinn. Ähnlich zu der vorherigen Gruppe, bei der Verwaltungsgesellschaft des Betriebs es ist wichtig, den Umsatzrückgang von dieser Produktgruppe zu verhindern. Da die Nachfrage nach Warenprodukten dieser Gruppe ist gering vorhersehbar, soll die Bestellsystem überprüfen.

Die Gruppe „CBX“ ist die Gruppe mit mittlerem Einkommen und geringer Warenumsatz, da das Hauptziel ist es, Umsatz zu stimulieren. Die Reserve sollen aufgrund der hohen Vorhersehbarkeit der Nachfrage nach den Gruppenprodukten minimiert werden. Die Gruppe „BCH“, umgekehrt, wird durch den Durchschnittsvolumen des Verkaufs und geringem Gewinn gekennzeichnet. Deshalb es ist notwendig, die Preisgestaltung zu revidieren für die Waren gegebener Gruppe. Die Reserven sollten ebenfalls minimiert werden.

Die Waren, die zu der Gruppen „CCX“ und „CCY“ gehören, signifikant beeinflussen nicht den Arbeitsergebnisse des Betriebs. Bevor jedoch Datenbereich

von Produktgruppen zu löschen, es ist notwendig eine gründliche Analyse der Ursachen für diese Situation aufzuführen.

Auf diese Weise war die Methode des Auswertungsverfahrens für die integrierte ABC-R / S-XYZ-Analyse des Sortiment von Handelsunternehmen verbessert, die erlaubt, das Warensortiment des Unternehmen in Gruppen zu strukturieren, basierend auf ihren Beitrag zum Umsatz und Gewinn, und die Möglichkeit der Nachfrage nach zukünftigen Perioden vorherzusagen. Vorgeschlagen und erwies sich die Durchführbarkeit der Datenvorverarbeitung vor der XYZ-Analyse, um den Einfluss der bestimmten Faktoren, wie saisonale oder Trend zu beseitigen. Diese Transformation verbessert Ergebnisdaten XYZ-Analyse und ermöglicht eine entsprechenden Schlussfolgerungen, die das Risiko von falschen Managemententscheidungen in der Produktpolitik und Bestandsmanagement von gewerblichen Unternehmen reduziert. Auch war die Empfehlungen hinsichtlich der Optimierung des Warensortiments des geprüften Betrieb und Bestandsmanagement, die auf dem Ergebnis der integrierten Analyse erhalten haben, die zur Verbesserung der Leistung der Effizienz des Großhandels Unternehmen als Ganzes beiträgt.

Literatur

1. Peters Je. Fraktal'nyj analiz finansovyh rynkov: primenenie teorii Haosa v investicijah i jekonomike / Je. Peters. M. : Internet-trejding, 2004. – 304 s.
2. Chukurna O.P. Osoblyvosti vykorystannya AVS-analizu na pidpryemstvakh rozdribnoyi torhivli Ukrayiny / O.P. Chukurna // Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'. Zbirnyk naukovykh prats' ODEU. – 2010. – № 40. – С.200-207
3. Frolov S.M. Covremennye podhody k upravleniju torgovoj kompaniej / S.M. Frolov // Izvestija Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Jekonomicheskie i juridicheskie nauki, 2013. – Vyp. № 1-1. – S. 246-255.
4. Hurst H.E. Long-term Storage Capacity of Reservoirs. Trans. Am. Soc. Civ. Eng., 1951. // Transactions of the American Society of Civil Engineers. – 1951. – Vol. 116. – PP. 770-808.
5. Matsiuk N. Solving the Routing Problem by Ant Colony Optimization Algorithms Considering the City Transportation Infrastructure / V. Zhikharevich, N. Matsiuk, S. Ostapov // Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu im. I. I. Mechnykova. Ekonomika. – 2015. – T. 20. – Vyp. 6. – S. 256-260.
6. Bell W.R. Economic Time Series: Modeling and Seasonality. / W.R. Bell, S.H. Holan, T.S. McElroy. – CRC. – 2012. – 554 p.