

Анкета участника

Информация	Описание
ФИО студента	Парий Наталия Степановна
Направление/специальность	Экономическая кибернетика
Вуз	Ровненский государственный гуманитарный университет
Вуз-партнер	Да
Город	Ровно, Украина
Кафедра	Экономическая кибернетика
ФИО зав. кафедрой	Барановский С.В.
Тема ВКР	СИСТЕМНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА АНАЛИЗА АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ГАЛИЧИНА»)
Версия Deductor	5.2
Дата защиты	26.06.2010
Оценка	Отлично
Руководитель ВКР	Хомич Сергей Васильевич
Представлено	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Анкета участника ▪ Аннотация ▪ Пояснительная записка ▪ Сканированные титульные листы ▪ Сценарии Deductor (с данными) ▪ Презентация Power Point

Аннотация

СИСТЕМНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА АНАЛИЗА АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ГАЛИЧИНА»)

Современная экономика Украины все более набирает форм полноценной рыночной экономики с присущей ей высокой конкуренцией, что проявляется через свободное ценообразование, жесткую борьбу за клиента и необходимость придерживаться высокого качества продукции и услуг. Все это невозможно без использования инновационных решений в каждом звене производственной цепочки: современное оборудование, оптимальные бизнес-процессы, эффективная маркетинговая стратегия и т.д. При этом очень действенным инструментом служат информационно-коммуникационные технологии, которые способны при грамотном внедрении существенно преобразовать предприятие в качественном плане, сделать его более эффективным и успешным на рынке.

Сегодня для большинства украинских предприятий фактически аксиомой стало использование различных систем автоматизации учета своей деятельности: ERP- (в первую очередь 1С:Предприятие, Галактика, Парус); CRM-систем и т.д. Практика использования таких информационных систем (ИС) укоренилась в Украине в начале 2000-х годов. За это время предприятия накопили очень значительные объемы «сырых» учетных данных, которые со временем просто складываются в «бэкапы» и архивы, не принося никакой пользы по истечении определенного учетного периода.

Целью данной работы было показать, как с помощью аналитической платформы Deductor можно превратить накопленные за многие годы «сырые» данные в источник полезной информации, которая поможет принимать правильные управленческие решения и улучшить общую стратегию предприятия.

В данной работе **аналитическая платформа Deductor использовалась** для проведения исследования ассортимента компании «Галичина» с помощью ABC-, XYZ-, совмещенного ABC-XYZ-анализа, а также построения матрицы БКГ (Бостонской консалтинговой группы). На наш взгляд, решения данной задачи поможет предприятию:

- 1** Более эффективно распределять материальные, человеческие ресурсы между ассортиментными позициями.
- 2** Перестроить отношения с дистрибьюторами продукции.
- 3** Более эффективно строить маркетинговую и ассортиментную политику.

Объект работы – ЗАО «Галичина», которое является крупным производителем молочной продукции на Западной Украине.

Предмет исследования – производственная и сбытовая деятельность ЗАО «Галичина».

Бакалаврская работа содержит введение, четыре раздела, выводы, список использованных источников и приложения.

В первом разделе сделан системный анализ молочно-перерабатывающей отрасли Украины и в частности самого предприятия.

Основные выводы по первому разделу:

Молочно-перерабатывающая отрасль

- 1** Отрасль с высокой конкуренцией – более 400 предприятий по переработке молока.
- 2** 18% – доля отрасли в пищевой промышленности.
- 3** Позитивная динамика развитие отрасли даже в кризисный 2009г. (от 12% до 32% роста в зависимости от продукции).
- 4** Средний официальный уровень рентабельности отрасли 8%.

- 5 Продукция отрасли преимущественно идет на внутренний рынок.
- 6 Объемы производства не удовлетворяют внутренние потребности страны в молочной продукции.
- 7 Основными проблемами предприятий отрасли являются недостаток сырья и технически устаревшее оборудование.

ЗАО «Галичина»

- 1 В январе-декабре 2009 объем реализации цельномолочной продукции компании по сравнению с 2008 годом уменьшился на 3,2% – до 69,9 тыс. тонн. Общий оборот компании за этот период составил 546,74 млн. грн, что на 1% меньше, чем в 2008 году. Такие показатели являются успешными, если считать общий кризис в экономике и падение рынка цельномолочной продукции на 8%.
- 2 Компания входит в десятку крупнейших производителей молочной продукции Украины, занимая, по оценкам отдела маркетинга компании, 7% рынка цельномолочной продукции Украины.
- 3 Компания имеет удовлетворительный уровень обеспечения ИКТ.

Во втором разделе работы¹ произведено исследование финансово-экономического состояния компании, которое состоит из следующих частей:

- 1 Анализ бухгалтерского баланса.
- 2 Анализ Отчета о финансовых результатах.
- 3 Анализ ликвидности предприятия:
- 4 Анализ финансовой стабильности предприятия:
- 5 Собственные оборотные активы:
- 6 Анализ основных средств:
- 7 Анализ материальных ресурсов
- 8 Анализ оборотных средств
- 9 Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.

Третий раздел работы посвящен теоретическому исследованию сущности тех методов, с помощью которых анализируется ассортимент компании «Галичина»: ABC-, XYZ-, совмещенного ABC- XYZ-анализа, матрицы БКГ. Для каждого из методов примерная последовательность изучения состоит из таких шагов: сущность, схема реализации, «плюсы» и «минусы».

В четвертом разделе представлены результаты исследования ассортимента ЗАО «Галичина» с помощью указанных выше методов в аналитической платформе Deductor, а также описан сам Deductor.

Для анализа были использованы данные, предоставленные компанией «Галичина» на основании ее внутренних отчетов, которые являют собой ежемесячные продажи каждой ассортиментной единицы (позиции) в гривнях и штуках за 2006-2008 гг. Сделано предположение, что данные являются «чистыми» и не нуждаются в предварительной обработке.

По результатам проведенного исследования ассортимента компании можно сделать следующие выводы.

ABC-анализ

¹ Раздел «Финансово-экономический анализ деятельности компании» является обязательным для бакалаврской работы студентов нашей специальности

Анализ был проведен на основе следующего соотношения между группами 50:30:20. Критерий анализа – доля доходов отдельных товарных позиций, а также их групп, в общем доходе компании.

В процессе выполнения работы было выполнено ABC-анализ в трех вариантах:

- 1 ABC-анализ по товарам за 2006, 2007 и 2008 года.
- 2 ABC-анализ по товарным группам за 2006, 2007 и 2008 года.
- 3 ABC-анализ по годам за летные и зимние месяцы.

В результате проведенного исследования были выявлены товары-лидеры, которые приносят почти 50% дохода компании: «Биосметана, 450г, жирность 20%» и «Молоко, 1000г, 2,5% жирности». Группа В, которая приносит следующие 30% дохода, сравнительно небольшая – 5-8 товарных единиц в зависимости от года. Группа С содержит наибольшее количество товаров – от 18 до 24 в зависимости от года.

ABC-анализ по товарным группам дал следующий результат (рис. 1).



Рисунок 1 – Распределение товарных групп в ABC-анализе

В целом, резюмируя результаты ABC-анализа, мы сделать следующие выводы:

- 1 Четко определенные товары-лидеры и товары-аутсайдеры.
- 2 Наблюдается стабильный вклад в доход на уровне отдельных товарных позиций.
- 3 Наблюдается активное усиления позиций йогуртов как на уровне отдельных товаров, так и группы в целом (перемещение из группы С в В).
- 4 В разрезе товарных групп беспокойство вызывает масляная группа, которая с каждым годом теряет позиции.
- 5 Вызывает беспокойство группа А, представлена всего лишь 2 товарами, а в группу С попадают 50-70% товарных позиций
- 6 Не наблюдается влияние сезонности на распределение товаров по группам ABC-анализа.

XYZ-анализ

Если проведенный ABC-анализ показал нам какой взнос той или иной продукции в общий доход ЗАО «Галичина», то XYZ-анализ покажет стабильность или нестабильность спроса (реализации) на продукцию. Из этого мы можем сделать вывод об оптимальном запасе продукции на складе. Для исследуемого предприятия это крайне важная информация, поскольку молочные и кисломолочные продукты имеют сравнительно незначительный срок сохранения.

Суть XYZ-анализа заключается в разбиении ассортимента на три группы (X, Y, Z) с определенным интервалом колебания их спроса реализации (табл. 1).

Таблица 1 – Интервалы колебания реализации

Группа	Интервал колебания
X	$0 \leq v < 10\%$
Y	$10\% \leq v < 25\%$
Z	$25\% \leq v < \infty$

XYZ-анализ рекомендуется проводить в разрезе отдельных товарных позиций и при достаточном количестве временных периодов (например, если единица времени – месяц, то нужно как минимум данные за три месяца). В процессе исследования были выявлены товары, для которых стандартное отклонение равнялось нулю. Это товары, которые продавались не более одного месяца в году (товары-эксперименты, с помощью которых изучали отношение клиентов к их вкусовым качествам, упаковке и расфасовке). Такие товары были исключены из результатов XYZ-анализа.

Проведенный анализ показал следующее распределение товарных позиций по группам X, Y, Z (рис. 2).

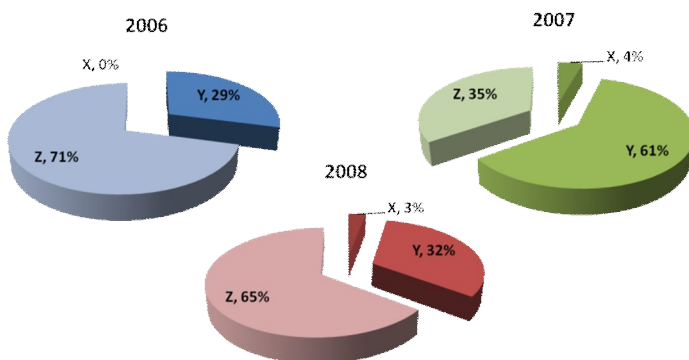


Рисунок 2 – Распределение товарных позиций по группам X, Y, Z

XYZ-анализ показал следующее:

- в 2007-2008 гг. в ассортименте появилась группа X и очень близко приближенные к этой группе товары из группы Y, которые имеют коэффициент вариации 10-14%;
- улучшилась структура ассортимента по группам в 2007 г.: для большинства товаров коэффициент вариации находился в пределах 10-25%, существенно уменьшилась группа Z, средний коэффициент вариации для всего ассортимента улучшился на 10 процентных пунктов;
- в 2008 наблюдается ухудшения ситуации: существенное увеличение группы Z за счет товаров из группы Y. Частично такая ситуация может объясниться выходом на рынок новой продукции предприятия, которая еще не совсем завоевала симпатии покупателей и поэтому находится в группе Z.

По результатам XYZ-анализ рекомендуется предпринять следующее:

- 1 Провести дополнительный анализ с целью выяснить: имеют ли место перебои с поставкой сырья, которые могут негативно сказаться на стабильности реализации.
- 2 Больше уделять внимание целенаправленной и системной работе с оптовыми и розничными покупателями.
- 3 Увеличить продажи через собственную сеть магазинов.
- 4 Уделить больше внимания маркетинговым мероприятиям, которые сопровождают выход на рынок товаров-новинок, чтобы обеспечить более стабильную их реализацию.

Совмещенный ABC- и XYZ-анализ

ABC-XYZ анализ позволяет разбить ассортимент на группы в зависимости от вклада в доход предприятия (ABC) и регулярности реализации (XYZ).

Основное задание анализа, на наш взгляд, состоит в том, чтобы показать, какая регулярность продаж товаров, которые дают нам наибольший доход.

В результате исследования мы получили следующую таблицу распределения товаров по группах (табл. 2).

Таблица 2 – Распределение товаров по группах в ABC- XYZ анализе

Группа	2006	2007	2008
AX	0	1	1
AY	1	0	1
AZ	1	1	0
BX	0	0	0
BY	3	5	4
BZ	4	0	4
CX	0	0	0
CY	3	9	6
CZ	12	7	16

Основные выводы ABC-XYZ анализа:

Хорошо:

Плохо:

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> В 2008 году товары («БиоСметана (450г) п/е 20%», «Молоко п/е 2,5% 1000г»), которые дали предприятию 42% общего дохода, стали стабильно продаваться (коэффициент вариации для товаров 8% и 18%) соответственно. | <ol style="list-style-type: none"> Основная масса товаров расположена в группах BY, BZ, CY, CZ. В разные годы в своем большинстве товары остаются в одних и тех же «низких» группах. |
|--|--|

Матрица BCG

Данный метод анализа классифицирует ассортиментные группы в зависимости от комбинации доли и роста рынка для каждой группы. Таким образом, предприятие может подбирать индивидуальную маркетинговую стратегию.

Результат проведенного анализа представлен в табл. 3.

Таблица 3 – Матрица BCG

	2006	2007	2008
Дойные коровы	-	Сметана	Молоко
Звезды	Масло Сметана	Молоко	Сметана
Вопросительные знаки	Молоко	Масло	Йогурты
Собаки	Йогурты Кефиры	Йогурты Кефиры	Масло Кефиры

Как видно результаты построения матрицы близки к результатам ABC-анализа. Разница, на наш взгляд, заключается в том, что первый больше показывает перспективу и будущие тенденции, в то время, как второй – результат прошлых событий и сегодняшнее положение.

В целом, выполнение бакалаврской работы разрешает сделать следующие выводы:

- 1 В накопленных исторических данных имеется масса полезной информации, которая может помочь руководству предприятия принимать оптимальные бизнес-решения.
- 2 Платформа Deductor является очень удобным инструментом для обработки больших массивов данных, проведения анализа различной сложности, имеет гибкие средства для выполнения различных манипуляций с данными. Такими возможностями в готовом виде не владеют типичные учетные системы, а их реализация встроенными средствами (например, язык программирования в 1С:Предприятие) займет значительно больше времени, нежели в Deductor.
- 3 Применение даже простых видов анализа, которые базируются на статистических алгоритмах, позволяет извлечь с данных полезную информацию.
- 4 Проведенные в работе исследования лишь положили фундамент для дальнейшего, более тщательного, анализа разных сторон деятельности предприятия «Галичина».