



Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Державна вища професійна школа ім. кап. Вітольда Пілецького в Освенцеми (Польща)
Університет економіки в Братиславі
Факультет економіки бізнесу в Кошице (Словацька Республіка)

**IV Міжнародна
науково-практична конференція
“УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ”**



6-7 квітня 2022 р.

УДК 005:[316+330:005.591.4]:332.15(043.2)
У66

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
Вченою радою Мукачівського державного університету
(протокол № 4 від 18 квітня 2022 року)*

У66

Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачево, 6-7 квітня 2022 р.). – Мукачево: МДУ, 2022. – 272 с.

***Відповідальний за випуск:** ФЕЄР Оксана – к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, відповідальна за наукову роботу кафедри.*

***Технічний редактор:** ТОВТ Тетяна – к.е.н., доцент.*

У збірнику тез за матеріалами IV Міжнародної науково-практичної конференції, що проводилася кафедрою менеджменту, управління економічними процесами та туризму Мукачівського державного університету, висвітлюються погляди науковців, здобувачів освіти, представників державних органів влади та місцевого самоврядування, підприємницьких структур на актуальні проблеми управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів в сучасних умовах.

Матеріали структуровані в розрізі декількох напрямів досліджень: «Управління економікою держави в умовах глобальних перетворень»; «Особливості регіонального управління господарськими процесами»; «Управління економічними процесами суб'єктів господарювання»; «Фінансове регулювання та обліково-аналітичне забезпечення діяльності суб'єктів на мікро- та макрорівнях»; «Управління інвестиційно-інноваційною діяльністю»; «Управління освітньою діяльністю у цифровому просторі»; «Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства».

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

УДК 005:[316+330:005.591.4]:332.15(043.2)

Матеріали конференції доступні для перегляду на офіційному сайті університету за адресою <https://msu.edu.ua/konferenciji-seminari/>

© Мукачівський державний університет, 2022
© Кафедра менеджменту, управління економічними процесами та туризму, 2022

Коломієць Д.В., Уманців Г.В. Ідентифікація прав на об'єкти інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів з метою оцінки	110
Крамський С.О. Інтеграція агропродовольчих хабів до глобальних ринків логістичних ланцюгів вартості	113
Кривун М.В. Стратегічні напрями підвищення економічної ефективності молокопереробних підприємств	114
Курепін В.М. Роль штучного інтелекту в управлінні персоналом та професійними ризиками на підприємствах	118
Лизанець А.Г., Бабинець А.В. Управління кадровими ризиками в організації	121
Лизанець А.Г., Ремета М.М. Прогресивні методи оцінювання персоналу	123
Лизанець А.Г., Скуба А.М., Садіков Д.А. Мотиваційні основи управління продуктивністю роботи торгового персоналу	126
Лизанець А.Г., Турок Я.М. Управління збутовими ризиками підприємства в умовах нестабільності бізнес-середовища	129
Мазуркевич О.П., Драч Я.В. Проблеми та перспективи розвитку музейного туризму	131
Мазуркевич О.П., Кирилішена Т.В. Управлінська праця: її особливості в умовах сьогодення	133
Маслиган Р.М. Сутність категорій кіберспортивний клуб та клубна система кіберспорту	137
Микуланинець С.І. Теоретичні основи управління людськими ресурсами в умовах крос-культурного середовища	138
Овод Л.В., Марківська А.А. Дослідження зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на формування амортизаційної політики підприємства	140
Проскура В.Ф., Гурзан Н. Основні завдання та функції аналітичного забезпечення антикризового управління підприємством	142
Росола У.В., Росола О.А. Цифровізація як чинник розвитку управління підприємством	145
Туль О. Проблеми функціонування комунальних підприємств в сучасних умовах та шляхи їх вирішення	146
Хаустова К.М. Роль цифрових технологій у забезпеченні адаптивності управлінських систем	148
Хаустова К.М., Воробок А.Р. Ресурсне забезпечення підприємств в умовах турбулентності	150
Шашовець Й.П. Оцінювання схильності до ризику системи управління підприємством	153
Шуванова О.В., Бондаренко В.С. Теоретичні підходи до аналізу товарної стратегії фармацевтичної компанії	155
Юрик М. ABC/XYZ-аналіз як засіб управління асортиментом торговельного підприємства	156

Матриця GE/McKinsey призначена для визначення стратегічного положення на ринку й базується на показниках привабливості сегменту та відносних переваг на ринку. Її особливістю є те, що окрім оцінки вимірюваних параметрів, таких як ємність ринку, рентабельність, частка ринку, застосовуються суб'єктивно оцінювані, для найбільш точного вимірювання яких залучають експертів [2].

Застосування ABC-аналізу, заснованого на принципі Парето, дозволяє у відповідності до внеску кожної товарної позиції у оборот компанії, виділити пріоритетні напрямки та мобілізувати на них зусилля торгового персоналу [3].

Кожен з описаних методів має свої переваги та обмеження, однак, їх комплексне використання дає можливість детально розробити товарну стратегію підприємства, своєчасно її коригувати та узгоджувати з цілями маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Хендерсон Брюс Д. *Продуктовый портфель // BCG Review : дайджест.* — М.: Бостонская консалтинговая группа, 2008. — Вып. 02. — С. 7–8.
2. Ethan M. Raciol. *The McKinsey Way: Using the Techniques of the World's Top Strategic Consultants to Help You and Your Business.* — М.: Альпина Паблишер, 2014. — 192 с.
3. Barbara Pawelek, Jozef Pociacha, Mateusz Baryla, *ABC Analysis in Corporate Bankruptcy Prediction, Abstracts of the IFCS Conference, p 17, Tokyo, Japan, 2017.*

УДК 658.628:658.87

ЮРИК М.

здобувач ОС «Бакалавр»

спеціальності 073 «Менеджмент»,

Науковий керівник: к.е.н., доц. Товт Т.Й.,

Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

ABC/XYZ – АНАЛІЗ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сформовані ринкові відносини у нашій країні пред'являють високі вимоги до формування та раціонального управління асортиментом споживчих товарів. Це є одним із критеріїв конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі. Також це викликає необхідність постійного вивчення потреб покупців та кінцевих споживачів. За цих умов підприємства повинні приймати рішення щодо вибору саме тих товарів, які будуть включені до асортименту продажу. Збільшення продажу і підвищення ефективності асортименту, безпосередньо, залежать від правильної оцінки прибутковості кожної товарної позиції, відсутності «товарів, що залежуються» і товарів, витрати на які не окупаються. Тобто, першочерговим важливим рішенням для кожного підприємства є визначення обсягу і асортименту продукції, що буде вироблятися. Підприємства повинні формувати асортимент за винятком товарів, що не продаються на ринку або користуються незначним попитом, та передбачити включення таких товарів, які будуть добре продаватися та давати значний прибуток.

Асортиментна політика торгівельного підприємства – цілеспрямована діяльність у сфері товарного забезпечення ринку, заснована на довгостроковому плануванні та регулюванні. Вона спрямована на задоволення попиту споживачів з урахуванням оптимізації номенклатури товарів і забезпечення рентабельності всієї діяльності. Чим якісніше підібраний асортимент товарів торгівельного підприємства, тим більший прибуток воно отримує.

Якісне управління товарами потребує проведення регулярного детального аналізу великої кількості інформації за статистикою продажів, запасів товару, неліквідів та ін. Поширеними інструментами формування асортиментної політики є методи ABC- і XYZ-аналізу. Вони проводяться з метою аналізу продажів підприємства, структурування, визначення чітких лідерів та аутсайдерів серед усіх груп товарів для коригування своєї асортиментної політики. Також існує інтегрований ABC/XYZ – аналіз, який досить широко використовується для ранжирування і групування асортиментних позицій за ступенем прогнозованості обсягу попиту або коливанням продажів. Величина ймовірної похибки при прогнозуванні обсягу реалізації є найважливішим фактором при виборі раціональної стратегії управління товарним запасом на підприємстві. В сучасних умовах така аналітика затребувана бізнес-спільнотою.

Методика ABC/XYZ – аналізу розглянута, насамперед, у працях зарубіжних науковців, зокрема Дж. Бредлі, К. Бузукова, А. Дайле, С. Дібб, Л. Сімкіна. Серед вітчизняних вчених ці види аналізу висвітлюють переважно фахівці в галузі управлінського обліку. Проте актуальними є дослідження щодо практичного застосування визначених методів у діяльності торгівельних підприємств.

ABC-аналіз – це інструмент, який дає змогу визначити рейтинг товарів за зазначеними критеріями і виявити ту частину асортименту, яка забезпечує максимальний ефект. Ідея ABC-аналізу будується на основі принципу Парето, сутність якого полягає у такому: «20% зусиль дають 80% результату, а інші 80% зусиль – лише 20% результату», тобто 20% усіх товарів дають 80% обороту [1].

Метод ABC-аналізу дає змогу класифікувати товарні запаси підприємства за ступенем їх важливості шляхом поділу на три категорії:

А – найбільш цінні (20% товарних запасів; 80% – продаж), товари цієї групи завжди повинні бути присутніми в асортименті;

В – проміжні (30% товарних запасів; 15% – продаж), товари цієї групи є товарами середнього ступеня важливості;

С – найменш цінні (50% товарних запасів; 5% – продаж), товари цієї групи найменш важливі, це претенденти на виключення з асортименту та товари-новинки.

Проведення ABC-аналізу передбачає:

1. Вибір об'єкта і параметра вимірювання (ознаки, за якою буде проводитися аналіз). Як правило, об'єктами ABC-аналізу є товарні групи, товарні категорії або товарні позиції. Кожен з цих об'єктів має різні параметри вимірювання: обсяг продажів як у грошовому, так і в кількісному вираженні, дохід (у грошовому вираженні), товарний запас, оборотність і т. д.

2. Складання рейтингового списку об'єктів за спаданням значення параметра (вгорі розташовуються товари з найбільшою часткою в обороті, внизу – з найменшою).

3. Виділення А, В і С груп. Для цього необхідно:

- розрахувати частку параметра від загальної суми параметрів з накопичувальним підсумком;

- присвоїти значення груп обраним об'єктам.

XYZ-аналіз – математично-статистичний метод, який дає змогу проаналізувати й спрогнозувати стабільність продажів окремих видів товарів і коливання рівня споживання тих чи інших товарів [2]. Цей метод передбачає розрахунок для кожної товарної позиції коефіцієнта варіації, або коливання витрат, який показує відхилення витрат від їх середнього значення і виражається у відсотках. При цьому параметрами можуть бути обсяг продажів (кількість), сума продажів, сума реалізованої торговельної націнки та ін. Це дозволяє аналізувати і прогнозувати стабільність бізнес-процесів, наприклад, стабільність продажів окремих видів товарів.

Результатом XYZ-аналізу є групування товарів на три категорії:

X – групи товарів (з коливанням продажів від 5% до 15%), які характеризуються стабільною величиною споживання і високим ступенем прогнозування;

Y – групи товарів (з коливанням продажів від 15% до 50%), які характеризуються відомими сезонними коливаннями і середніми можливостями їх прогнозування;

Z – групи товарів (з коливанням продажів від 50% і вище), які характеризуються нерегулярним споживанням і непередбачуваними коливаннями, тому, спрогнозувати їх попит досить складно.

Можна використовувати кожен із вищенаведених інструментів окремо, але це не відображатиме загальної асортиментної матриці підприємства, тому на практиці рекомендується використовувати обидва види аналізу в комплексі для виявлення сильних і слабких товарів, стабільності продажів і ключових для підприємства продуктів.

Використання ABC- і XYZ-аналізу має низку переваг, зокрема: підвищення ефективності системи управління товарами і товарними запасами; підвищення частки високорентабельних товарів без порушення основних принципів асортиментної політики; виявлення пріоритетних товарів, тих що приносять максимальний дохід і характеризуються стабільним споживанням; перерозподіл зусиль персоналу залежно від кваліфікації та наявного досвіду; скорочення кількості продажів, втрачених через відсутність необхідних товарів та ін [3].

Отже, для аналізу асортименту доцільно використовувати метод інтегрованого ABC- та XYZ-аналізу, який дозволяє в повній мірі розглянути асортимент, а також зрозуміти, яким чином необхідно управляти групами та категоріями товарів. По-перше, необхідно виконати ABC-аналіз асортиментного ряду підприємства за двома параметрами: обсягом продажів та прибутком, склавши поєднання цих даних. Наступним кроком є проведення XYZ-аналізу, який дає розуміння про попит (стабільний чи нестабільний) та дає можливість розглядати й робити прогноз щодо стійкості продажів конкретного товару та рівень споживання окремого виду товару. Третій етап полягає в проведенні комплексного аналізу шляхом співставлення отриманих результатів, щоб визначити, які тенденції в цілому асортименту продукції власного бренду на підприємстві.

Таким чином, ABC-XYZ-аналіз є конкурентною перевагою роздрібного підприємства і забезпечує ефективне управління товарним асортиментом, що, в свою чергу, сприяє скороченню кількості втрачених продажів, прискоренню товарообігу, зменшенню надлишків товарів, зниженню ризику їх списання, мінімізації сумарних витрат, пов'язаних із запасами.

Список використаних джерел:

1. Абаркін П.С. Використання ABC-аналізу для оптимізації асортименту підприємств роздрібною торгівлі України / П.С. Абаркін, С.Р. Красильников // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2015. Вип. 50. С. 152-160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpviku_2015_50_27

2. Бузукова Е.А. Аналіз асортименту і стабільності продажів з використанням ABC-аналізу та XYZ-аналізу [Електронний ресурс]. URL: http://zakup.vl.ru/files/avs_i_huz_analizi.pdf

3. Дунська А.Р. Порівняльний аналіз методів управління оптимізацією товарного асортименту підприємства / А.Р. Дунська, А.С. Башкіна // Інфраструктура ринку. 2017. Вип. 13. С. 91-96. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/17.pdf



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>