

ABC

Analiza ABC bazuje na zasadzie 80-20, co oznacza, że najczęściej 20% produktów generuje 80% zysków.

Gdy podzielimy wyniki analizy w kolejności malejącej, wtedy produkty kategorii A mają najwyższą wartość i stanowią 5-20% wszystkich elementów.

Produkty kategorii B będą zasługiwały na średnie zainteresowanie. Jest to 30-40% produktów, które generują mniejszą część kosztów.

Produkty kategorii C mają marginalne znaczenie - choć jest ich dużo, nie dają dużego zysku.

Analizę ABC można wykonywać pod różnymi względami. Oto kilka z nich:

- pod względem ilości,
- pod względem jakości,
- pod względem użyteczności,
- pod względem liczby zamówień,

XYZ

Analiza XYZ wskazuje różnice między towarem magazynowanym a wykorzystywanym. Wyniki analizy są sortowane w kolejności malejącej i grupowane w kategorie XYZ. Elementy z grupy X stanowią do 60% ich skumulowanej wartości, Y i Z - odpowiednio do 30% i 10%. Ta analiza daje natychmiastowe wyniki, gdy rozważamy, które produkty generują wysoki koszt magazynowania. Przeprowadzenie tej analizy pozwala nam zmniejszyć ilość zamrożonych pieniędzy w magazynie poprzez trzymanie jak najmniejszej ilości towarów.

Analiza ABC może nie wystarczać podczas rozpatrywania elementów, które mają wysoki koszt i wpływają na ilość, cenę lub jakość wszystkich produktów znajdujących się w magazynie, a także całej produkcji. Dlatego czasem do analizy ABC dołącza się także XYZ, żeby rozważyć te produkty względem więcej niż jednego czynnika.

Elementy X są używane regularnie i są łatwe do przewidzenia. Po zidentyfikowaniu tej grupy powinny zostać zastosowane wymagane zmiany. Wymagane ilości powinny być dokładnie zaplanowane i zamawiane w określonym czasie, który znamy po przeprowadzeniu tej analizy.

Elementy Y są wystawione na sezonowe różnice, a ich przewidywane ilości delikatnie różnią się od rzeczywistości. Dział zaopatrzenia powinien przewidzieć „sezony” i czas najwyższych zamówień i skupić się nad nimi, żeby przepływ towarów nie był w żaden sposób tamowany. Przed tymi sezonami poziom towarów w magazynie będzie rósł, a poza nimi będzie niski, żeby niepotrzebnie nie podnosić kosztów.

Elementy Z są używane bardzo nieregularnie i dlatego trudno przewidzieć wielkość ich dostaw. Dla tych części powinniśmy wybrać dobrego dostawcę, u którego czas dostawy jest krótki, żeby zapewnić sobie małe i szybkie dostawy na czas.

Przykład analizy ABC dla sklepu sprzedającego części komputerowe

Nr	Nazwa	Cena w PLZ	Sprzedaż	Sprzedaż roczna	Udział (w %)	Skumulowany udział (w %)
1	Monitor	900	15	13500	16,5	16,5
2	Płyta główna	700	12	8400	10,3	26,8
3	Procesor	850	10	8500	10,4	37,2
4	Twardy dysk	700	16	11200	13,7	50,9
5	Pamięć RAM	340	20	6800	8,3	59,2
6	CD-ROM	170	33	5610	6,8	66,0

7	Karta graficzna	400	25	10000	12,2	78,2
8	Karta dźwiękowa	150	27	4050	5,0	83,2
9	Obudowa	100	40	4000	4,9	88,1
10	FDD	50	40	2000	2,4	90,5
11	Klawiatura	50	50	2500	3,0	93,5
12	Myszka	80	27	2160	2,7	96,2
13	Głośniki	100	9	900	1,2	97,4
14	Dyskietki - 10	20	70	1400	1,8	99,2
15	Czyste płyty CD - 10	11	50	550	0,7	99,9
16	Mouse pad	5	10	50	0,1	100

Na podstawie tabeli posortowano produkty klasy A, B, C:

Numer	Klasa	Procent
1-7	A	78,2
8-11	B	18,0
12-16	C	3,8

Pytania

1. Dlaczego lepiej jest przeprowadzać analizy ABC i XYZ razem niż osobno?
2. Jakie ulepszenia wnoszą one w dziale zaopatrzenia i ewentualnie w innych?
3. Jak można zmienić zarządzanie magazynem na podstawie tych analiz?
4. Co mówią wyniki analiz ABC i XYZ o naszych dostawcach i jakie nowe wymagania możemy wprowadzić w stosunku do nich?
5. Jakie problemy z dostawcami może rozwiązać przeprowadzenie tych analiz?
6. Jaki wpływ mogą mieć omawiane analizy na przewidywanie dostaw?

Źródło:

opracowanie własne