

*Журило І.В., к.е.н., доцент;
Харитонов К.А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОСЕРВІСУ

Автомобільний транспорт міцно увійшов у життя населення, а також у діяльність підприємств усіх галузей народного господарства. Без його участі нині не можлива нормальна життєдіяльність країни.

Постійне зростання складності конструкції автотранспортних засобів (АТЗ) та вибагливості їх власників збільшує вимоги щодо якості обслуговування та ремонту авто. Щоб забезпечити зростаючі вимоги споживачів, сучасна станція технічного обслуговування повинна мати у своєму розпорядженні кваліфікований персонал, відповідне обладнання та прогресивну організацію виробничого процесу. Крім того, ця постійно затребувана та високоприбуткова сфера діяльності є привабливою для численних суб'єктів господарювання, які створюють у галузі доволі жорстку конкуренцію. Щоб вижити в цих умовах, на підприємстві повинна забезпечуватися оперативність та якість ремонту й обслуговування. За таких обставин зростає необхідність прогресивної організації виробничого процесу та системи матеріально-технічного забезпечення (МТЗ).

Станція технічного обслуговування (СТО) – це підприємство, яке надає послуги населенню та/або суб'єктам господарювання з планового технічного обслуговування автомобілів, поточного, відновлювального (кузовного) та капітального ремонту, усунення несправностей авто, встановлення додаткового обладнання (тюнінгу). Класифікація послуг автосервісу є дуже різноманітною і включає велику кількість їх видів, пов'язаних із ремонтом, мийкою, фарбуванням АТЗ тощо. Тому успішна діяльність підприємства автосервісу вимагає добре налагодженої системи постачання запчастин для ремонту авто.

Ми дослідили ринок автосервісу м. Кропивницького, який містить більше 80 юридично самостійних підприємств. При цьому помітною є різноманітність СТО за їх розмірами та спеціалізацією – від дрібних кустарних і сімейних фірм до великих СТО з мільйонним оборотом. В результаті аналізу ми дійшли висновку про те, що підприємства автосервісу нині переживають важкі для свого бізнесу часи, що пов'язано з військовими діями, які наша країна веде на своїй території з рф.

Встановлено, що, з одного боку, потреба в послугах автосервісу зростає, адже: 1) через падіння фінансової спроможності, люди і компанії, у більшості своїй втратили можливість купувати нові автомобілі, а тому вимушені ремонтувати старі; 2) більшість СТО допомагають ЗСУ, ремонтуючи та відновлюючи військові автомобілі й техніку. З іншого боку, підприємства автосервісу стикнулися з проблемами, пов'язаними: 1) із втратою частини

спеціалістів, яких мобілізовано до лав ЗСУ; 2) втратою частини постачальників, одні з яких припинили свою діяльність, інші – опинилися на окупованій території; 3) порушенням логістичних ланцюжків й ускладненням процесу постачання запасних частин; 4) втратою постійних клієнтів через відсутність у момент їх звернення потрібних запчастин для ремонту автомобілів.

У кращому становищі знаходяться ті СТО, яким вдалося створити запаси найбільш затребуваних запчастин і зберегти таким чином клієнтів.

Крім того, аналіз виявив істотні помилки, які спостерігаються у плануванні запасів, що призводить до створення надлишків одних запчастин і нестачі інших. Взагалі більшість проблем з клієнтом пов'язано з неможливістю своєчасного виконання замовлень через тривале очікування необхідних запчастин.

На нашу думку, необхідно ретельніше підходити до питання планування потреби у запчастинах і термінового їх забезпечення для проведення ремонтів авто. Створення та збереження репутації надійного СТО, здатного не лише якісно провести діагностику та ремонт автомобіля, а й зробити це швидко з мінімальними втратами часу на очікування потрібних запчастин, дозволить йому стати безперечним лідером автосервісу на ринку.

Вирішення цих проблем вимагає перегляду методів контролю товарних запасів з метою можливого вивільнення складських приміщень, а також грошових коштів, «заморожених» у надлишкових запасах. Необхідно вести щоквартальний облік асортименту матеріалів і запчастин, середньорічні запаси та щоквартальні обсяги потреб у них за кожною товарною позицією.

Групування товарних позицій та наступний їх аналіз дозволить обрати оптимальні технології планування та управління запасами для усього товарного асортименту запчастин, використовуваних СТО. Розділення товарів на групи повинно враховувати долю запасів по кожній позиції у сукупному їх обсязі, а також ступінь нерівномірності попиту (з урахуванням точності прогнозування) по кожній позиції. Вирішити поставлене завдання дозволить застосування методів ABC- та XYZ-аналізу.

Мета ABC-аналізу полягає у розподілі позицій асортименту запчастин за групами в залежності від обсягу грошових коштів, призначених для покриття потреб у запасах за цими позиціями таким чином:

- група А – до неї увійдуть запчастини (їх приблизно 20%), запаси яких становлять значну частку у загальній вартості запасів;
- група В – запчастини (близько 30%), запаси яких займають значно меншу, але вагому частку у загальній вартості запасів;
- група С – включає решту позицій асортименту запчастин (приблизно 50%), запаси яких мають незначну частку у загальній вартості запасів.

Таким чином, об'єктом аналізу є обсяг запасів запчастин (у грошовому виразі) за асортиментними позиціями, а також доля запасу (у відсотках) окремих позицій асортименту у загальному обсязі запасу.

Після визначенні долі окремої позиції у загальному обсязі запасів, асортиментні позиції слід проранжувати в порядку убуття їх долі в загальній вартості запасів, на основі чого будується крива ABC, яка характеризує отриманий розподіл.

Аналіз XYZ передбачає розподіл усього асортименту ресурсів (матеріалів і запчастин) на три групи в залежності від ступеня рівномірності прогнозованої потреби у них. Рівномірність попиту визначається на основі коефіцієнта варіації попиту (v), після розрахунку якого усі позиції асортименту ресурсів ранжуються у порядку його зростання. Далі асортимент запчастин розподіляється на групи залежно від інтервалу, в який потрапляє коефіцієнт варіації за даною позицією (табл. 1).

Таблиця 1

Межі інтервалів для розділення асортименту на групи

Група	Інтервал v	Обсяги реалізації за позицією асортименту
X	$0 < v < 10\%$	практично незмінні у часі
Y	$10\% < v < 25\%$	змінюються у часі, але не значно та/або достатньо передбачувані
Z	$25\% < v < \infty$	значно змінюються у часі та є практично непередбачуваними

За підсумками проведеного аналізу будується матрицю ABC-XYZ (табл. 2), яка демонструє позиції запасів, і визначає ступінь їх контролю.

Таблиця 2

Матриця ABC-XYZ

Групи	X	Y	Z
A			
B			
C			

Ті позиції запчастин, які увійшли до груп AX, AY, AZ, вимагають застосовування індивідуальних технологій управління запасами, адже, за класифікацією ABC, порівняно невелика за часткою група A (20%) вимагає більшу частину грошових коштів (майже 65%). Так, потреба у запчастинах групи AX є відносно стабільною. Стосовно цих позицій слід визначати оптимальний розмір замовлення, розглянути можливість застосування технології «just in time», ретельно працювати з постачальниками. Позиції групи AZ вимагають щоденного контролю і, через істотні коливання попиту, потребують передбачення достатнього розміру страхового запасу.

Планування запасів запчастин, які увійшли до груп CX, CY, CZ, може відбуватися на більш триваліший період (наприклад, на квартал). Проте періодично слід перевіряти наявність запасів даних запчастин на складі. Це пояснюється тим, що дані запаси вимагають порівняно невеликої частини фінансів, а коливання попиту на них є доволі істотним.

Що стосується груп BX, BY, BZ, запаси запчастин, які увійшли сюди становлять важливу, хоч і невелику частину. Підходи до управління ними можуть бути різноманітними і включати як індивідуальні, так і загальні технології планування.

Поєднання даних щодо співвідношення кількісних та вартісних категорій ABC-аналізу з оцінкою співвідношень обсягу та структури споживання у межах XYZ-аналізу дозволяє застосовувати дієвий інструмент планування, контролю та управління запасами запчастин на підприємствах автосервісу. Використання даної методики сприятиме своєчасному виконанню замовлень, збільшенню і збереженню кількості постійних клієнтів, забезпеченню стабільної і високоприбуткової роботи СТО.