

УДК 656.089

А.В. Серединський, А.І. Добко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРИНЦИПИ ВІДБОРУ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРУ ЗІ СКЛАДУ ЗА ЗАМОВЛЕННЯМИ СПОЖИВАЧІВ

A.V. Seredynskyi, A.I. Dobko

PRINCIPLES OF SELECTION THE RANGE OF GOODS FROM THE WAREHOUSE ORDERED BY CUSTOMERS

Операції ручного відбору і підготовки товарів до відвантаження на склад є найбільш складним процесом і вимагає від завідувача складу та комірника чіткого та своєчасного їх виконання. Ці операції включають в себе відбір товару з місць зберігання, комплектування і упакування, оформлення супровідних документів, передачу тарних місць в експедицію для централізованої доставки споживачам.

Відбір товару проводять двома способами: індивідуальним і комплексним.

Індивідуальний відбір - це послідовне комплектування окремого замовлення. При цьому працівник складу обходить стелажі, виймаючи із місць зберігання необхідну кількість товару даного замовлення. Товар розміщують на піддон чи контейнер і переміщують на дільницю комплектування.

Комплексний відбір використовують при виконанні невеликих замовлень. Працівник складу послідовно виймає із місць зберігання товари для всієї партії замовлень згідно із зведеним листом відбору.

В подальшому проводять додаткову операцію - сортування відібраних товарів по окремих замовленнях. Даний метод відбору дозволяє широко використовувати механізми, оскільки загальна кількість товарів відбирається великими партіями.

Вибір технологічної схеми робіт з комплектування відбувається за критерієм мінімізації витрат трудових і технічних ресурсів. В якості критерію мінімізації витрат можна використати коефіцієнт числа найменувань, який характеризує, як часто позиція даного товару зустрічається в замовленнях, і визначається за формулою:

$$K_3 = \frac{L}{\sum_{i=1}^n M_i},$$

де n – число замовлень в період часу $г$, шт.;

l – число найменувань товарів, замовлених за період часу

M_i – кількість позицій в /-тому замовленні.

Значення $K_3 = 1$ показує, що позиція товару A зустрічається в замовленнях один раз. Ефект від об'єднання замовлень стає відчутним при $K_3 < 0,7$.

Література

1. Вільковський Є.К., Бакуліч О.О. Вантажознавство: підручник / Є.К. Вільковський, О.О. Бакуліч. – Львів: Інтелект-Захід, 2005. – 224 с.