

Анализ ABC



Подготовила
Стажарова Дарья
2БЭ ОФО

Сущность анализа

ABC-анализ – метод анализа ассортимента, заключающийся в разделении продукции на категории А, В и С, составляющие в структуре продаж 80, 15 и 5% соответственно, и предполагающий различные подходы к управлению этими товарными группами.

Методика проведения анализа:

- * Выбор критерия классификации,
- * Расчет нарастающего итога значения критерия классификации,
- * Выделение классификационных групп.

В качестве критериев классификации могут выступать

- * цена закупки,
- * прибыль от продаж, доля прибыли,
- * доход от продаж, рентабельность продаж,
- * доля в обороте,
- * средний уровень запаса в тех или иных единицах,
- * доля в созданных запасах,
- * период (скорость) оборота запаса,
- * частота отгрузок,

Сущность анализа

Периодичность – минимум 1 раз в год

Преимущества:

* Универсальность

* Простота

* Наглядность

Ограничения - метод слишком математичен

Границы основных групп

В основе метода ABC-анализа лежит «*Правило Парето*», которое звучит следующим образом: 20% усилий обеспечивают 80% результата.

Метод строится по принципу классификации анализируемых ресурсов на 3 группы А, В и С:

- * **А -группа:** обеспечивает 80% продаж/прибыли, обычно составляет 15-20% от всех ресурсов
- * **В –группа:** обеспечивает 15% продаж/прибыли , обычно составляет 35-20% от всех ресурсов
- * **С-группа:** обеспечивает 5% продаж/прибыли , обычно составляет 50-60% от всех ресурсов

Виды ABC-анализа

- * ABC-анализ товаров отдельного бренда или всего ассортимента компании
- * ABC-анализ запасов компании
- * ABC-анализ сырья и любых закупаемых материалов
- * ABC-анализ клиентов или групп потребителей
- * ABC-анализ поставщиков
- * ABC-анализ эффективности работы подразделений и анализ трудовых ресурсов
- * ABC-анализ бюджета. инвестиций или любых затрат

Порядок проведения ABC-анализа

- * Определяем цель анализа
- * Определяем действия по итогам анализа
- * Выбираем объект анализа и параметр анализа
- * Составляем рейтинговый список объектов по убыванию значения параметра.
- * Рассчитываем долю параметра от общей суммы параметров с накопительным итогом.
- * Выделяем группы А, В и С: присваиваем значения групп выбранным объектам.

Пример проведения ABC-анализа

Тип группы	Объем продаж, м. кв.	Доля в продажах, %	Число позиций ассортимента, шт.	Распределение номенклатуры по группам, %
А	*****	69.76	50	16.79
В	*****	20.05	51	17.11
С	*****	10.19	197	66.11
Итого	*****	100.00	298	100.00

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**