

1 ГРУППА

ABC-анализ



Богданова Яна

Волкова Ольга

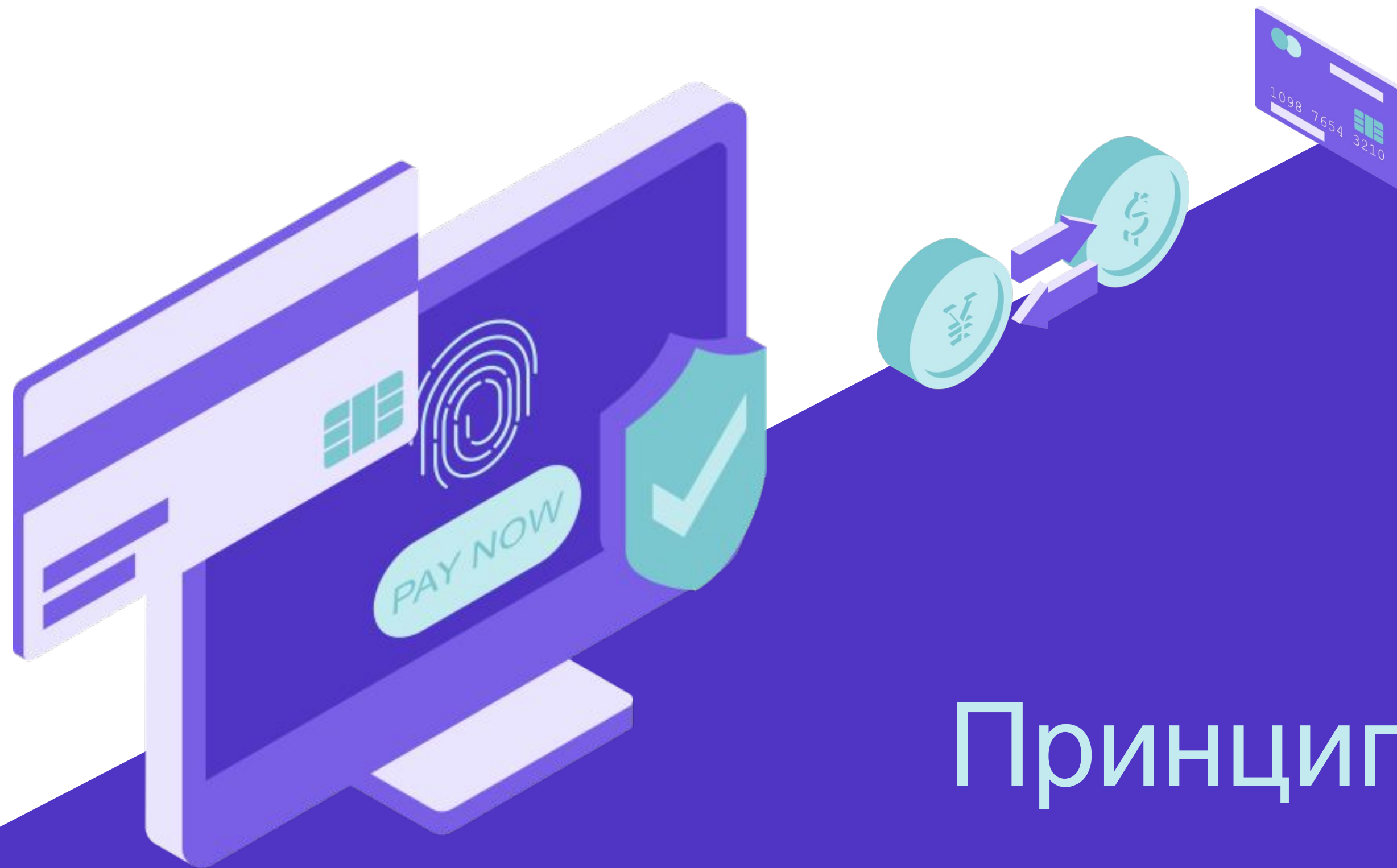
Голубева Ксения

Голубцов Владимир

АВС-анализ

— это метод, позволяющий классифицировать ресурсы организации по степени их важности и оценить эффективность их использования

- 01 Выделение ключевых позиций
- 02 Концентрация на анализе трех групп
- 03 Схожая работа с позициями в пределах групп



Принцип Парето

- 20% усилий дают 80% результата

Коммерческие организации

- Ассортимент товаров и услуг по объему продаж и прибыльности
- Клиентов по количеству заказов
- Поставщиков по объему поставок
- Запасы по занимаемой площади склада и т.д.

Государственные и муниципальные организации

- Ассортимент товаров и услуг по социальному эффекту
- Потребителей по количеству обращений в организацию
- Поставщиков по государственным закупкам и т.д.

Коммерческие организации

Группа "А":

- 20% ассортимента, с 80% долей в выручке

Группа "В":

- 30% ассортимента, с 15% долей в выручке

Группа "С":

- 50% ассортимента, с 5% долей в выручке

Государственные и муниципальные организации

Группа "А":

- 20% ассортимента, приносящего 80% социального эффекта

Группа "В":

- 30% ассортимента, приносящего 15% социального эффекта

Группа "С":

- 50% ассортимента, приносящего 5% социального эффекта

Группы товаров и услуг

Эмпирический метод



ГРУППА "А"

товары-лидеры



ГРУППА "В"

товары
средней
важности



ГРУППА "С"

наименее
важные
товары

Группы товаров и услуг

Метод сумм

ГРУППА

"А"
Нижняя граница (Доля по объему + Доля по количеству) = 100%

ГРУППА

"В"
Нижняя граница (Доля по объему + Доля по количеству) = 145%

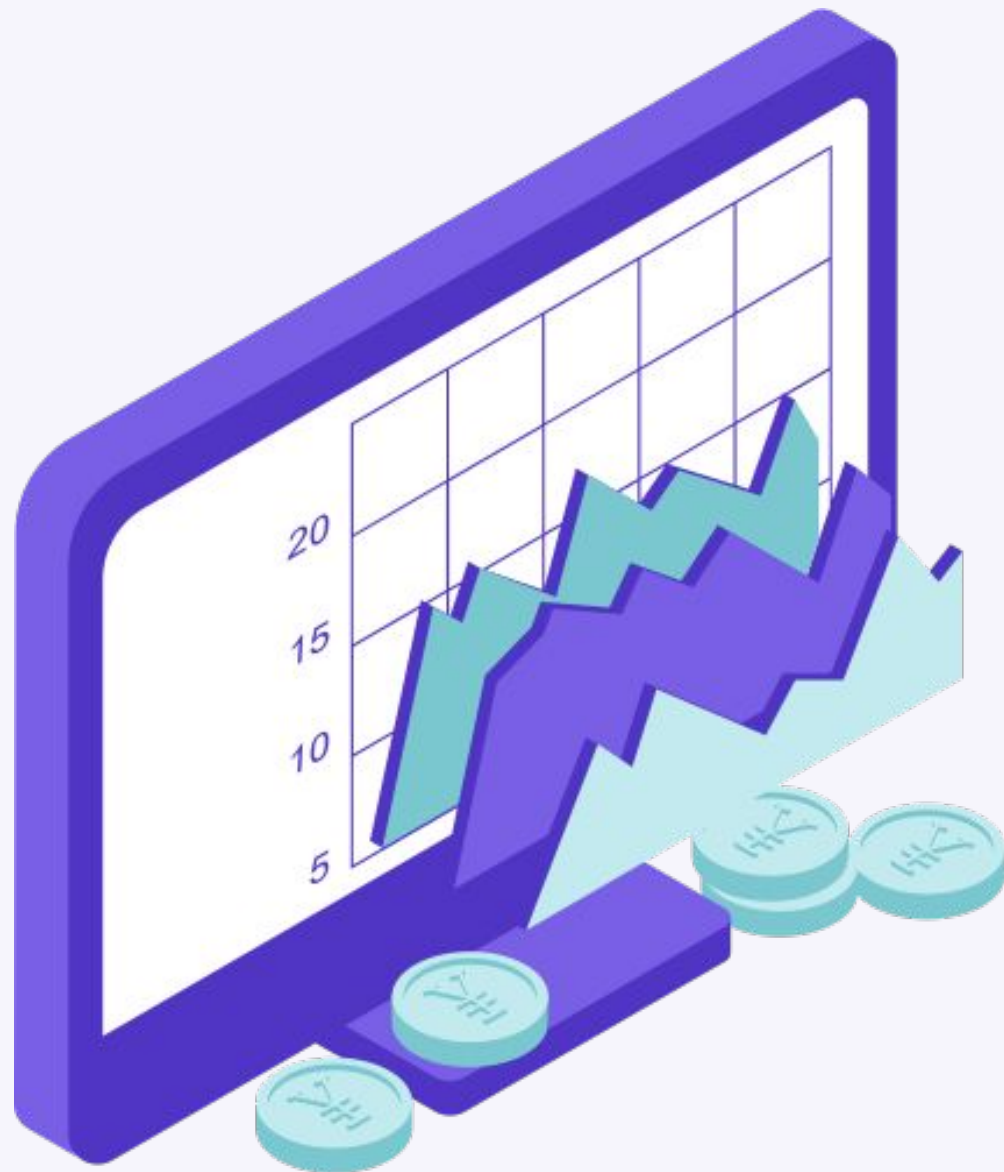
ГРУППА

"С"
Все оставшиеся

Методы для определения границ

- 01 Эмпирический метод
- 02 Метод сумм
- 03 Дифференциальный метод
- 04 Метод касательных
- 05 Метод многоугольника (двойной касательной)
- 06 Метод треугольника
- 07 Метод петли

Преимущества ABC-анализа



- 1 Простота
- 2 Универсальность
- 3 Позволяет оптимизировать ресурсы организации
- 4 Автоматизированное использование анализа

Особенности ABC-анализа

- 01 Анализ неоднородной продукции
- 02 Анализ данных за неоднородный период
- 03 Анализ новых товаров
- 04 Выбор признаков для анализа
- 05 Дополняющие товары

Алгоритм проведения ABC-анализа

- 01 Выбор цели анализа
- 02 Выбор объекта анализа
- 03 Определение параметра
- 04 Составление рейтингового списка по выбранному параметру и его сортировка в порядке убывания
- 05 Подсчет общей суммы по выбранному параметру и вычисление доли параметра
- 06 Вычисление доли нарастающим итогом
- 07 Определение групп "А", "В", "С"
- 08 Сравнение полученных значений с рекомендуемыми
- 09 Анализ полученных данных и подведение итогов

Спасибо за внимание!

1 группа

Богданова Яна

Волкова Ольга

Голубева Ксения

Голубцов Владимир

