

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

Практична робота 4

Мета ABC аналізу - просте, зручне і наочне ранжування будь-яких ресурсів з точки зору їх вкладу в прибуток або продажу. Завдяки такому ранжируванню можна правильно розставити пріоритети діяльності, сфокусувати використання обмежених ресурсів компанії (трудові, часові, інвестиції і т.д.), виявити зайве використання ресурсів і вжити своєчасних коригуючих заходів.

В основі методу ABC-аналізу лежить «Правило Парето», яке звучить наступним чином: 20% зусиль забезпечують 80% результату.

1 крок: *Визначте показник, за яким Ви хочете відсортувати позиції.*

2 крок: *Перерахуйте всі аналізовані позиції і відсортуйте її за рівнем продажу / прибутку від найбільшого до найменшого.*

- Визначте частку (внесок) кожної позиції
- Розрахуйте сукупний відсоток
- Дайте кожній позиції відповідну групу А, В або С

Межі основних груп

А - група: забезпечує 80% продажів / прибутку, зазвичай становить 15-20% від усіх ресурсів

В - група: забезпечує 15% продажів / прибутку, зазвичай становить 35-20% від усіх ресурсів

С - група: забезпечує 5% продажів / прибутку, зазвичай становить 50-60% від усіх ресурсів

3 крок: *Висновки на основі ABC аналізу*

Після поділу всіх товарів на групи ABC, формуються рішення щодо кожної товарної групи. Основні напрямки висновків, які можуть бути зроблені в результаті проведення ABC-аналізу:

1 Група А - найважливіші ресурси, локомотиви компанії, приносять максимальний прибуток або продажу. Компанія буде нести великі втрати при різкому зниженні ефективності даної групи ресурсів, а отже, ресурси групи А повинні жорстко контролюватися, чітко прогнозувати, часто моніториться, бути максимально конкурентоспроможними і не втрачати свої сильні сторони.

На дану групу ресурсів повинні бути виділені максимальні інвестиції, кращі ресурси. Успіхи групи А повинні бути проаналізовані і максимально транслюватися на інші категорії.

2 група В - група ресурсів, які забезпечують хороші стабільні продажі / прибуток компанії. Дані ресурси також важливі для компанії, але можуть модеруватись спокійнішими і помірними темпами.

Дані ресурси зазвичай є «дійними коровами», відносно стабільні в короткостроковій перспективі. Інвестиції в даний вид ресурсів компанії не значні і необхідні тільки для підтримки існуючого рівня.

3 група С - найменш важлива група в компанії. Зазвичай ресурси групи С тягнуть компанію вниз або не приносять доходу. При аналізі даної групи необхідно бути дуже уважним і в першу чергу зрозуміти причину низького вкладу.