



Для начала давайте разберем краткую суть «ABC-анализа» в моем понимании. Суть заключается в том что бы из ассортимента близких как по цене, так и по области применения товаров выявить продукт который приносит больше прибыли при меньшем количестве затрат и усилий на реализацию, то есть является более эффективным. Так же сюда можно отнести и противоположную составляющую, это выявление продуктов с наименьшей эффективностью и последующее улучшение продукции или вовсе исключение ее из ассортимента, если эта продукция тратит много ресурсов на реализацию. Мы разберем плюсы и минусы классического ABC анализа, так как это относительно очень простая и необходимая система которая может быть адаптирована под любой вид деятельности, именно в этом заключается ее актуальность. Так же считаю необходимым добавить, что равнодушным к этой системы быть довольно тяжело и мнения делятся в основном на две группы: 1. Те кто постоянно ею пользуются и оправдывают это простотой и прозрачностью и 2. Те кто с радостью бы пользовались, но для их бизнеса это система уж слишком простая и неочевидная, и для них есть более актуальные пути решений, один из них имеет прямое отношение к ABC системе. Давайте же разберемся чем хороша и в чем недостатки этой системы.

Начнем с плюсов этой системы, так как я считаю, что их гораздо больше чем минусов, да и забегая вперед минусы можно вовсе исключить дополнив и адаптировав систему под ваши нужды.

1. Первый и самый весомый плюс-это **простота**, чем проще, тем надежнее, из-за простоты использования, систему можно приспособить почти под любую деятельность, и обучить кадры, ее использовать так же будет относительно просто
2. **Прозрачность**- мы уверены в надежности этой системы и без каких либо проблем можем проследить каждый этап расчетов, так как оно абсолютно понятен.
3. **Автоматизация**- так как система является анализом, сейчас этот анализ может провести любой человек имеющий ноутбук или телефон, нажатием буквально 10 клавиш, весь процесс занимает относительно немного времени и может быть чуть ли не полностью автоматизирован после настройки.

**4. Оптимизации деятельности и ресурсов-** система прямо и без всякого подвоха показывает какой продукт развивать, какой уже достиг пика, куда вкладываться, а что можно вовсе убрать из линейки, прозрачность картины является неотъемлемым плюсом ABC-анализа.

Как видим плюсов довольно много, и это лишь их часть, список можно продолжать долго, но давайте перейдем к **контр-аргументом и минусам этой системы.**

**1. Одномерный метод анализа-** классический ABC-анализ предусматривает расчет показателей по одной переменной, например Выручка, но зачастую не все так просто и из одномерной, система переходит в ранг многомерной, что делает ее сложнее, и распределение будет уже не «ABC», а например «AC, BA, CB», и количество вариантов будет расти с добавлением новой переменной, что сделает процесс чуть сложнее. И правило 20/80, может превратиться в правило 50/80, что уже в распределение ресурсов приносит значительные трудности.

**2. Разделение на группы-** пред тем как провести анализ нам нужно разбить продукты на более менее похожие между собой и сравнивать их в этой группе, ведь сравнивать мюющее средство с абрикосами не очень логично.

**3. Не хватка групп-**классический ABC-анализ предусматривает группы A B и C, но зачастую для полной картины этого мало и компании добавляют группы такие как D, что бы выявить товар который работает в убыток или не приносит вообще никакого дохода, либо наоборот вносят категорию A+, для товаров которые составляют основной доход компании.

**4. Актуальность информации и вывода-** наверное самый большой недостаток, так как анализ необходимо проводить с частотой хотя бы раз в 1-2 месяца, и судить и линейке и ассортименте строго за первый год работы уж точно нельзя, ведь есть такие понятия как внешние факторы, такие как сезонность, финансовое положение в стране, либо вы просто поставили высокий ценник на товар и его никто не покупает, многие не грамотные аналитики проводят анализ раз в пол года и делают выводы о ассортименты не учитывая доп.факторов, которые необходимо брать во внимание. Актуальный пример нынешнее положении дел в мире, где этот метод теряет свою суть, так как люди покупают такие товары в больших количествах, какие при отсутствии вируса покупали бы гораздо меньше.

Заключение. Безусловно ABC-анализ это очень хороший способ улучшения ассортимента и оптимизации ресурсов и затрат, но только лишь при грамотном использовании, так же если мы рассматриваем классический вариант, он все таки

очень примитивен для среднего и крупного бизнеса, но не забываем, что один из главных плюсов, что систему можно улучшить и адаптировать под себя, и практически все минусы испаряются, именно по этому я считаю, что ABC-анализ необходим для любого предприятия, которое может его грамотно использовать.