

## **АВС-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА**

АВС-анализ — это метод повышения эффективности и результативности системы продаж предприятия. Целью АВС-анализа является выявление наиболее перспективных товаров, которые приносят максимальную прибыль для компании. Данный метод позволяет классифицировать ассортимент товаров по степени их важности в зависимости от выбранного критерия [1].

Авторами был проведен АВС-анализ ассортимента безалкогольных энергетических напитков, реализуемых в одном из супермаркетов г. Одессы исходя из данных о продажах за третий квартал 2020 г. Анализ проводился по следующему алгоритму:

- определение объекта анализа (энергетические напитки);
- определение параметра, по которому будет проводиться анализ объекта. Параметрами для анализа ассортимента выбрали долю от общего товарооборота и долю от общей прибыли;
- ранжирование товарных позиций в порядке уменьшения значения доли от общего товарооборота и от общей прибыли;
- распределение товарных позиций по группам А, В, С: расчет доли параметра от общей суммы параметров выбранных объектов, расчет предыдущего показателя накопительным итогом, присвоение значений групп избранным объектам;
- построение матрицы АВС-анализа (см. рисунок) по двум параметрам (товарооборот и прибыль), что позволяет более детально классифицировать ассортимент и дает дополнительные данные для принятия решений.

	AA	AB	AC
	BA	BB	BC
	CA	CB	CC

Матрица АВС-анализа

Источник: собственная разработка.

Проведенный анализ по этим параметрам позволяет выделить следующие группы товаров: АА — наиболее ценные позиции ассортимента, АВ и ВА — товары с высоким показателем по одному из па-

раметров и средним показателем по другому, АС — товары с низким доходом, но высоким оборотом, СА — товары с низким оборотом, но высокой доходностью, ВВ — товары устойчивой середины, СВ — товары с низким оборотом, но средней доходностью, ВС — малоприбыльные товары, имеющие средний уровень оборачиваемости, СС — товары, которые не вносят существенного вклада в результаты работы компании [2].

После проведенного анализа мы можем распределить ассортимент безалкогольных энергетических напитков в соответствии с группами: АА — Red Bull ж/б, 0,25 л; Non Stop ж/б, 0,5 л; Burn Original ж/б, 0,5 л; Red Bull ж/б, 0,355 л; Burn Original ж/б, 0,5 л; Red Bull ж/б, 0,591 л; Red Bull ж/б, 0,473 л; АВ — Burn Original ж/б, 0,25 л; Pit Bull п/бут, 1 л; ВА — Red Bull ж/б, 0,25 л; ВВ — Red Bull ж/бут, 0,33 л; Non Stop ж/б, 0,25 л; Black Extra п/бут, 1 л; Pit Bull X ж/б, 0,25 л; ВС — Non Stop Evolution ж/б, 0,25 л; СС — Pit Bull п/бут, 0,5 л; Black Active п/бут, 0,5 л; Monster Energy ж/б, 0,355 л; Burn Apple Kivi ж/б, 0,5 л; Monster Energy TheDoctor ж/б, 0,355 л, Green Energy п/бут, 0,5 л; Non Stop Night Evolution ж/б, 0,5 л; Burn Apple Kivi ж/б, 0,25 л; Non Stop Boost ж/б, 0,5 л.

Проанализировав таким образом ассортимент безалкогольных энергетических напитков, можно четко выделить товарные позиции, которые имеют наибольший товарооборот и обеспечивают высокую прибыль торговому предприятию, а также можно выделить товары, требующие развития. Таким образом, метод АВС-анализа можно применять для оптимизации номенклатуры товара и его запасов с целью увеличения объема продаж.

### Источники

1. Бузукова, Е. А. Анализ ассортимента и стабильности продаж с использованием АВС-анализа и XYZ-анализа / Е. А. Бузукова // Упр. продажами. — 2006. — № 3. — С. 166–185.

2. Бузукова, Е. А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е. А. Бузукова. — СПб. : Питер, 2012. — 422 с.

<http://edoc.bseu.by/>

СНИЛ «Товаровед»

**Е. М. Иванцова**

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Е. В. Коляда**, канд. техн. наук, доцент

## ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПИТЬЕВЫХ ЙОГУРТОВ

Сегодня рынок кисломолочной продукции имеет очень большой ассортимент, спектр производителей достаточно широк. В свою