|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pareto elv** | **[Nyomtatás](http://www.cegmenedzsment.hu/index2.php?option=com_content&task=view&id=23&pop=1&page=0&Itemid=39)** | **[E-mail](http://www.cegmenedzsment.hu/index2.php?option=com_content&task=emailform&id=23&itemid=39)** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **A Pareto-elv nagyon fontos eszköz egy vezető kezében!**  Tapasztalatom szerint, olyan emberi képességet érint, amit a többség (nemcsak a vezetők) **képtelen alkalmazni** a mindennapi élet legegyszerűbb dolgaiban.  **Ez pedig nem más, mint a lényeges elválasztása a lényegtelentől!**  **Rangsorolás.** Prioritások meghatározása. A rendelkezésre álló idő megfelelő hasznosítása. „A Pareto-elv, más néven a 80–20 szabály kimondja, hogy számos jelenség esetén a következmények 80%-a az okok mindössze 20%-ára vezethető vissza. Eredetileg Vilfredo Pareto olasz közgazdász alkotta meg 1906-ban azt a matematikai formulát, amellyel az egyenlőtlen vagyoneloszlást (egyenlőtlen javak eloszlását) írta le megfigyelései alapján.”  Nevezik egyébként ABC elemzésnek is, bár itt három kategóriát alkotnak.  Nézzünk, néhány egyszerű példát, mit lehet ezzel a nagyszerű eszközzel kezdeni.  • Az elmélete alapján Pareto azt állította, hogy az emberek 20 százaléka birtokolja a javak 80 százalékát. Érdekes nem? • Sorozatgyártásnál a Pareto elv segítségével számba veszik a selejt mennyiségét és a hiba okokat. Kijelenthető, hogy a hibák nyolcvan százalékét a hiba-okok 20 százaléka okozza. A fontos hiba-okok megszüntetése tehát megszünteti a selejt 80 százalékát!  • Poker-Pareto-elv: A profitod 80 százaléka a játszmák 20 százalékából származik. • A gazdaságban a profit 80 százalékát az alkalmazottak 20 százaléka termeli.  • Az interneten a linkek 80 százaléka a weboldalak 20 százalékára mutat. • A vállalatnál létező problémák 20 százaléka okozza az elmaradó haszon 80 százalékát. • **A munkaideje 20 százalékában foglalkozik a cég eredményességét 80 százalékban meghatározó feladatokkal!**  **Mindezek alapján úgy gondolom, hogy nagyon is fontos megtanulnia a technika mindennapi használatát.** | | |
|  |

Eredetileg Vilfredo Pareto [olasz](http://hu.wikipedia.org/wiki/Olaszok) [közgazdász](http://hu.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6zgazd%C3%A1sz) alkotta meg 1906-ban azt a [matematikai](http://hu.wikipedia.org/wiki/Matematika) formulát, amellyel az egyenlőtlen vagyoneloszlást (egyenlőtlen javak eloszlását) írta le megfigyelései alapján.

Pareto azt állította, hogy a megtermelt javak 80%-a a társadalom 20%-ához kerül a társadalomra jellemző vagyonelosztás során. Dr. Joseph Juran (1930 és 1940 között) hasonló megállapításra jutott a minőségügy területén. Juran megfogalmazásában a (bekövetkező) problémák 80%-át a hibák (az elkövetett hibák) 20%-a okozza. [Pareto's Principle – The 80-20 Rule](http://management.about.com/cs/generalmanagement/a/Pareto081202.htm)

A közgazdaságtan, a menedzsmenttudományok területén széles körben megfigyelt és tudatosan alkalmazott elvről beszélünk. Egy piaci környezetben működő vállalat bevételének 80%-át általában a vevők 20%-a „termeli meg”. Ezen elv ismerete segíti a döntéshozatalt ([decision making](http://hu.wikipedia.org/w/index.php?title=Decision_making&action=edit&redlink=1" \o "Decision making (a lap nem létezik))).

## A Pareto-elv kiterjesztése

A társadalmi, vevői racionalitáson alapuló döntéshozatal egy adott termék, szolgáltatás kapcsán több paramétert értékel. Két, egyébként minden paraméterében azonos (azonos hasznosságot hordozó) termék, szolgáltatás közül az kerül a kiválasztásra, amely legalább egy paraméterében jobb a másiknál és egy paraméterében sem rosszabb annál. [Slides for Lectures](http://phoenix.liu.edu/~tbarr/eco61/eco61-slides.html) (Topic 1: Theories of Distribution, Pareto's Contribution to Utility Theory, page 16.)

E fenti elv talán egyszerűnek tűnik, de valójában nem az. Ha példaként a mosógépek piacára gondolunk, akkor biztos találunk olyan gépeket, amelyek azonos árszintűek. Ez a paraméter tehát nem használható a döntéshozatalhoz. A mosógép energiafogyasztására, súlyára, fordulatszámára jellemző számok könnyen összehasonlíthatók, de az olyan paraméterek, mint a tisztító hatás, a dob felépítéséből következő kíméletes mosás, már nehezen. Ezeket a paramétereket a vevő a termékhez kapcsolódó [marketingkommunikáció](http://hu.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketingkommunik%C3%A1ci%C3%B3&action=edit&redlink=1) üzenetei alapján értékeli és hasonlítja össze. Végül ezek alapján hoz döntést.