

ABC - анализ

- 1.Выбирается объект для анализа (поставщики, товарные группы, потребители и т.д.), и параметр анализа (объем продаж в стоимостном или количественном измерении, прибыль, оборачиваемость и т.д.)
- 2.Ранжируется список объектов по убыванию параметра
- 3.Рассчитывается доля параметра в общей сумме параметров
- 4.Рассчитывается доля накопительным итогом
- 5.Выделяются группы А,В,С.

Пример ABC -анализа

Ассортимент	Объем продаж, шт.
C1	150
C2	500
C3	40
C4	50
C5	80
C6	420
C7	480
C8	110
C9	130

Ранжируем по убыванию объема продаж

Ассортимент	Объем продаж, шт.
C2	500
C7	480
C6	420
C1	150
C9	130
C8	110
C5	80
C4	50
C3	40

Выделяем группы

Ассортимент	Объем продаж, шт.	Доля в общей сумме	Доля нарастающим итогом	Выделенные группы
C2	500	0,26	0,26	A
C7	480	0,24	0,50	
C6	420	0,21	0,71	
C1	150	0,08	0,08	B
C9	130	0,07	0,14	
C8	110	0,06	0,20	
C5	80	0,04	0,04	C
C4	50	0,03	0,07	
C3	40	0,02	0,09	
Сумма	1960			

Задача. Выделить товарные группы по показателю количества продаж в месяц

Ассортимент	Количество продаж в месяц
C1	30
C2	30
C3	28
C4	27
C5	20
C6	19
C7	15
C8	10
C9	8
C10	4
C11	2
C12	2

FMR –анализ

Fastest Medium Rare — часто, средне, редко
анализ по частоте обращений

$$K_i = \frac{P_i}{\sum_{j=1}^N P_j} * 100\%$$

P_i - количество продаж i -го товара

K_i - коэффициент частоты i -го товара

$\sum_{j=1}^N P_j$ - общее количество продаж

- категория F — наиболее часто запрашиваемые товары (80 % от общего количества);
- категория M — менее часто запрашиваемая категория продуктов (15 % от обращений);
- категория R — редко запрашиваемая продукция (оставшиеся 5 %).