Начальная страница ← Отчеты

Группа отчетов «Аналитические»

Группа аналитических отчетов содержит набор управленческих отчетов, которые помогут руководителю, менеджеру или аналитику быстро оценить товарные запасы, продажи в разрезе номенклатуры или номенклатурных групп, контрагентов. С их помощью пользователь легко выделяет товары, продажа которых приносит максимальную прибыль и идет максимально стабильно.

Для получения отчета из группы «Аналитические» предварительно должна быть выполнена одна, две или все три настройки классификации:

- «Кассификация дисконтных карт»;
- «Классификация клиентов»;
- «Классификация номенклатуры.

В основе **ABC-анализа** лежит принцип Парето, или закон 20/80: 20% действий дают 80% результата, 20% клиентов дают 80% прибыли и т.п. В случае торгового предприятия примененное к продажам правило звучит так: 20% номенклатуры дают 80% прибыли. При ABC анализе все товарные запасы подразделяются на три группы:

- «**A**». Самые ценные. 20% продажи товаров этой группы обеспечивают 80% продаж;
- «**B**». Так называемые промежуточные товарные запасы. Они обеспечивают 15% продаж;
- «**C**». Наименее ценные товарные запасы, обеспечивающие только 5% всех продаж.

Товары, относящиеся к группе «**A**», представляют собой товары высокой важности. Они всегда должны быть в наличии. Если ABC анализу подвергался объем продаж, то эту группу составляют лидеры продаж по количеству, а если в качестве показателя в ABC анализе был использован такой параметр, как валовая прибыль, то эту группу будут составлять самые прибыльные товары.

Товары группы «**B**» это товары, которые представляют собой среднюю степень важности, их наличие в ассортименте желательно. В группу «**C**» входят товары, являющиеся претендентами на исключение из ассортимента, а также те товары, которые являются новинками на рынке.

XYZ-анализ номенклатуры классифицирует товары по категориям стабильности:

- товары «X»-класса продаются стабильно, потребность в них легко поддается прогнозу. К группе «XЁ» относятся наиболее устойчивые клиенты/товары, отклонения от средней у которых не превышает 15%;
- отклонение клиентов/товаров группы «Y» не должно превышать 50%;
- товары Z-класса, наоборот, продаются нерегулярно по разным причинам (сезонность, тренд и т.д.). В группу Z попадают самые не надежные покупатели/товары, имеющие колебание более 50%.

From:
https://wiki.ilexx.ru/ - **Штрих-М: Документация**

Permanent link:
https://wiki.ilexx.ru/doku.php?id=tp7:%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%D1%8B:%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5

Last update: **2019/04/18 18:21**