

XYZ- Анализ

XYZ-анализ позволяет произвести классификацию ресурсов компании в зависимости от характера их потребления и точности прогнозирования изменений в их потребности в течение определенного времени.

Категория X — ресурсы характеризуются стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе и высокой точностью прогноза. Значение коэффициента вариации находится в интервале от 0 до 10 %.

Категория Y — ресурсы характеризуются известными тенденциями определения потребности в них (например, сезонными колебаниями) и средними возможностями их прогнозирования. Значение коэффициента вариации — от 10 до 25 %.

Категория Z — потребление ресурсов нерегулярно, какие-либо тенденции отсутствуют, точность прогнозирования невысокая. Значение коэффициента вариации — свыше 25 %.

Алгоритм проведения можно представить в четырёх этапах:

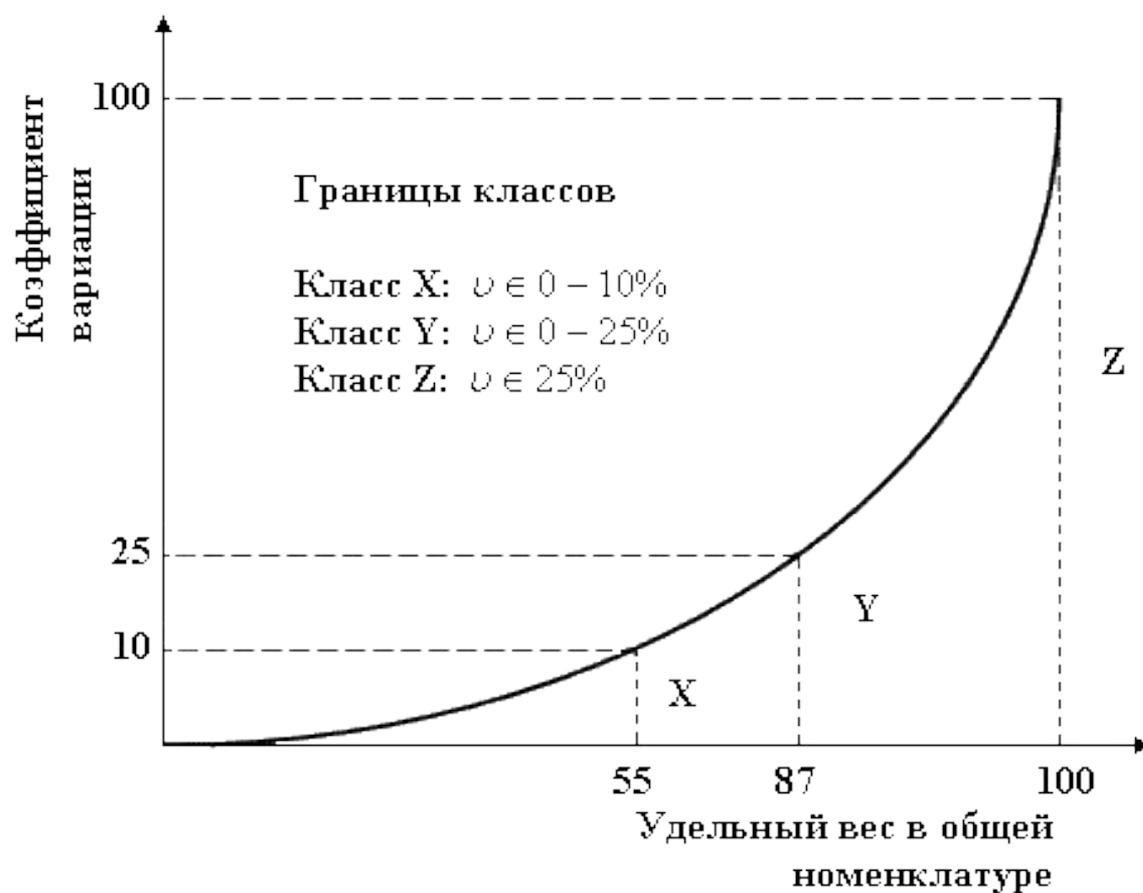
1. Определение коэффициентов вариации* для анализируемых ресурсов;

2. Сортировка ресурсов в соответствии с возрастанием коэффициента вариации;

3. Распределение по категориям X, Y, Z.

4. Графическое представление результатов анализа.

*Коэффициент вариации — это отношение среднеквадратичного отклонения к среднеарифметическому значению измеряемых значений ресурса. Исчисляется в процентах. Вычисляется только для количественных данных.



Значение коэффициента вариации для разных групп может отличаться по :

- 1.сезонность продаж,
- 2.тренд,
- 3.акции,
- 4.дефицит и т. д.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Проведение XYZ анализа продаж продукции								
2	<i>Маркетинговый анализ от Жданова Ивана</i>								
3									
4	Наименование товара	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Коэффициент вариации, V	Группа
5	Lenovo	60	57	66	68	71	69	8%	X
6	Nokia	22	28	18	19	22	25	17%	Y
7	LG	30	33	25	31	32	27	10%	Y
8	Alcatel	70	65	90	68	75	80	12%	Y
9	HTC	7	5	6	8	9	7	20%	Y
10	Philips	43	44	35	51	49	47	13%	Y
11	Samsung	15	30	27	45	80	12	72%	Z
12	Fly	12	6	8	13	9	10	27%	Z

Очень часто XYZ-анализ проводят совместно с ABC-анализом позволяя выделять более точные группы, относительно их свойств.

	X	Y	Z
A	AX	AY	AZ
B	BX	BY	BZ
C	CX	CY	CZ

Категория, на которую надо обратить внимание. Важные товары, но с абсолютно не стабильными продажами.

Товары обеспечивают основной товарооборот и стабильно продаются, поэтому необходимо обеспечивать постоянное их наличие.

Категория требует вдумчивого анализа. Эти товары можно выводить из ассортимента, если они не новые, элитные и т.п.