

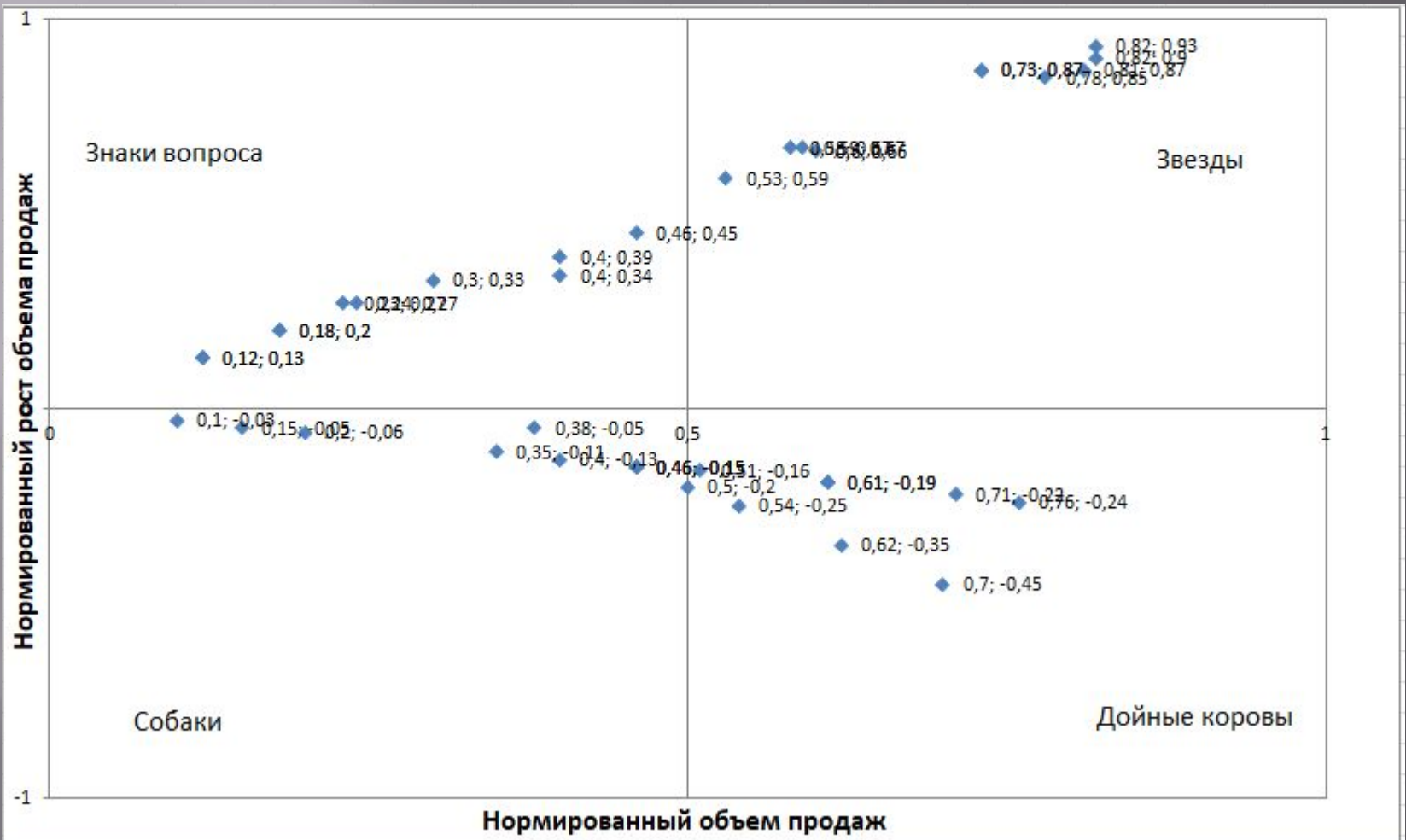
# ДЕЛОВАЯ ИГРА ПО АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКЕ

Группа ЭН-21

# Анализ ВСГ

						Опция:Цвет	Итого	X	Наклон	Модуль наклона	Y	Категория
11	13	16	19	1,21	0,99		109	0,40	1,10	1,10	0,34	Знаки вопроса
17	21	25	30	1,22	0,98	черный	162	0,60	2,15	2,15	0,66	Звезды
15	19	23	27	1,24	0,97		145	0,53	1,94	1,94	0,59	Звезды
11	13	16	20	1,25	0,96	черный	108	0,40	1,27	1,27	0,39	Знаки вопроса
7	8	10	12	1,26	0,95		64	0,24	0,87	0,87	0,27	Знаки вопроса
5	6	8	9	1,27	0,94	красный	48	0,18	0,65	0,65	0,20	Знаки вопроса
24	29	35	42	1,28	0,93		224	0,82	3,05	3,05	0,93	Звезды
23	28	34	41	1,30	0,92	красный	220	0,81	2,84	2,84	0,87	Звезды
17	21	25	30	1,31	0,91		159	0,59	2,18	2,18	0,67	Звезды
24	28	35	42	1,32	0,9	красный	223	0,82	2,94	2,94	0,90	Звезды
7	8	10	12	1,33	0,89		63	0,23	0,88	0,88	0,27	Знаки вопроса
17	20	25	30	1,34	0,88	черный	157	0,58	2,19	2,19	0,67	Звезды
3	4	5	6	1,36	0,87		31	0,12	0,44	0,44	0,13	Знаки вопроса
22	27	33	40	1,20	0,999	красный	211	0,78	2,77	2,77	0,85	Звезды
13	16	19	23	1,20	0,998		126	0,46	1,47	1,47	0,45	Знаки вопроса
5	6	8	9	1,20	0,997	черный	49	0,18	0,64	0,64	0,20	Знаки вопроса
9	10	13	15	1,20	0,996		81	0,30	1,07	1,07	0,33	Знаки вопроса
3	4	5	6	1,21	0,995	черный	32	0,12	0,43	0,43	0,13	Знаки вопроса
6	8	9	11	1,21	0,994		69	0,25	0,52	0,52	0,16	Знаки вопроса
11	13	16	19	1,21	0,993	черный	110	0,41	1,03	1,03	0,32	Знаки вопроса
7	8	10	12	1,21	0,992		65	0,24	0,86	0,86	0,26	Знаки вопроса
12	14	18	21	1,21	0,991	красный	113	0,42	1,50	1,50	0,46	Знаки вопроса
5	6	7	9	1,43	0,81		46	0,17	0,65	0,65	0,20	Знаки вопроса
3	4	5	6	1,43	0,809	черный	31	0,11	0,44	0,44	0,13	Знаки вопроса
21	26	31	38	1,43	0,808		198	0,73	2,83	2,83	0,87	Звезды

# Матрица BCG



# Сценарии матрицы BCG (стратегии)

- ▣ Увеличение доли рынка (применяется после решения о выводе единицы из группы «Знаков вопроса» к «Звездам»);
- ▣ Сохранение положения (стратегия подходит для стабилизации позиции «Звезд»);
- ▣ Сокращение рыночной доли (действенная мера для большинства позиций, которые не приносят прибыли, но не могут быть полностью убраны их ассортимента фирмы);
- ▣ Максимизация прибыли (используется в момент пика прибыльности, непосредственно перед ее необратимым падением);
- ▣ Уничтожение (применяется для «Собак» и «Знаков вопроса»).

# Вывод по анализу ВСГ

- Сохранение лидерства и максимальные вложения в «Звезд»;
- Уход с рынка с позициями, которые относятся к категории «Собак»;
- Дополнительный анализ группы «Знаков вопроса» с последующей инвестицией в наиболее перспективные варианты.
- Получение наибольшего возможного дохода с «Дойных коров» до падения продаж без большого инвестирования.

# Анализ XYZ

Объемы продаж по периодам, млн.руб.													
Товар	T=1	t=2	t=3	t=4	t=5	t=6	t=7	t=8	t=9	t=10	t=11	t=12	Коэффициент вариации, категория
Ноутбук	9	8	8	7	5	6	7	9	11	13	16	19	43%, Категория Z
Ноутбук	10	9	8	8	8	10	12	14	17	21	25	30	50%, Категория Z
Ноутбук	9	8	7	7	7	9	10	13	15	19	23	27	50%, Категория Z
Комплект	8	9	11	12	13	14	15	16	15	14	13	12	15%, Категория Y
Комплект	8	9	11	12	13	14	15	16	15	14	13	12	15%, Категория Y
Комплект	15	18	20	22	24	26	28	31	29	27	25	23	15%, Категория Y
Комплект	14	17	19	20	22	24	26	29	27	25	23	22	15%, Категория Y
Комплект	6	7	8	9	9	10	11	12	12	11	10	9	15%, Категория Y
Водонагр	27	24	23	20	18	16	14	15	16	5	21	23	31%, Категория Z
Ноутбук	11	9	7	5	5	6	7	9	11	13	16	19	45%, Категория Z
Ноутбук	6	5	4	3	2	3	4	5	6	7	9	10	45%, Категория Z

# Вывод XYZ

- В данной таблице показан список товаров и их продажи, можно заметить что товары продаются в основном нестабильно, либо под заказ. А все это зависит от времени года, составляющей характеристики и спроса товара. К примеру, зимой более востребован обогреватель, не же ли кондиционер, а летом все наоборот, все выберут кондиционер, вместо обогревателя. Более востребованы мобильные телефоны, ноутбуки и др., но на каждую модель идет свой спрос, что может подходить одному, может не подходить другому. Для этого мы сделали анализ, чтобы понять востребован ли этот товар, или он в основном идет под заказ.
- К категории X относят товары, которые характеризуются стабильной величиной потребления (коэффициент вариации до 10%).
- Категория Y - это товары, коэффициент вариации для которых находится в пределах от 10 до 25%.
- Коэффициент вариации для товаров категории Z превышает 25%.