



En trippel ABC – analys på K-Supermarket Karis – Karjaas ostavdelning

Ingrid Eriksson

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	5470
Författare:	Ingrid Eriksson
Arbetets namn:	En trippel ABC-analys på K-Supermarket Karis-Karjaas ostavdelning
Handledare (Arcada):	Siv Relander
Uppdragsgivare:	K-Supermarket Karis-Karjaa
<p>Sammandrag:</p> <p>Idag är det en stor utmaning för alla företag att kunna uppfylla konsumenternas önskemål. Det gäller även livsmedelsbutikerna, där kunderna väntar sig ett brett sortiment med färska varor till ett förmånligt pris. K-Supermarket Karis-Karjaa som är uppdragsgivare för det här examensarbetet, är en av butikerna som står inför den stora utmaningen. För tillfället vet inte K-Supermarket Karis-Karjaa vilka produkter som ligger länge på hyllorna, som är oattraktiva för kunderna och som är olönsamma. Syftet med det här arbetet är att kartlägga alla produkter tillhörande ostavdelningen samt att hitta de ostprodukter som har en hög försäljningsvinst och lageromsättningshastighet med hjälp av en trippel ABC-analys, för att sedan kunna komma med rekommendationer. För att en verksamhet skall vara lönsam måste intäkterna vara större än kostnaderna, vilket förutsätter att försäljningsvinsten är tillräckligt hög. Dock krävs det att det finns produkter till försäljning samt att lagernivåerna är rätt så att inte onödigt kapital binds i lager. Trippel ABC-analys grundar sig på Paretos 80/20-regeln som går ut på att 20 % av produkterna står för 80 % av resultatet, vid en trippel analys använder man sig av tre kriterier för att få ett mer användbart resultat. För att kartlägga och utföra en trippel ABC-analys används i det här fallet data från K-Supermarket Karis-Karjaa eget IT-system. Då det här är en fallstudie av kvalitativ karaktär, beskrivs resultatet med ord istället för siffror och en mer obegränsad struktur används. På basis av resultatet från den trippla ABC-analysen med kriterierna, försäljningsvinsten i procent, lageromsättningshastigheten och försäljningsvinsten i euro, rekommenderas olika åtgärder för K-Supermarket Karis-Karjaa för att butiken skall nå en mer lönsam verksamhet.</p>	
Nyckelord:	K-Supermarket Karis-Karjaa, trippel ABC-analys, försäljningsvinst, lageromsättningshastighet, lönsamhet, livsmedel,
Sidantal:	44
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	24.5.2016

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business Administration
Identification number:	5470
Author:	Ingrid Eriksson
Title:	En trippel ABC-analys på K-Supermarket Karis-Karjaas ostavdelning
Supervisor (Arcada):	Siv Relander
Commissioned by:	K-Supermarket Karis-Karjaa
<p>Abstract:</p> <p>It is a major challenge for any companies to be able to meet the consumer preferences in today's world. The grocery stores are also affected, because customers expect a wide range of fresh products at a reasonable price. K-Supermarket Karis-Karjaa, that is commissioning this thesis, is also a grocery store that is facing the challenge. For the moment, K-Supermarket Karis-Karjaa does not know which products are laying on the shelves for too long, are unattractive for the customers and are uneconomical. The purpose with this thesis is to map all products belonging to the cheese department and find the cheeses that have a high sales profit and inventory turnover, using a triple ABC-analysis, and then be able to come up with recommendations. In order for a business to be profitable, the revenue has to be greater than the cost, which implies that the sales profit is high enough. However, it requires that there are products for sale as well as stock levels are properly so that unnecessary capital is not tied up in inventory. Triple ABC-analysis is based on Pareto's 80/20 rule, where the principle is that 20 % of the products are responsible for 80 % of the results, when using a triple analysis, three criteria are used to get a more useful result. In order to map and accomplish a triple ABC-analysis the data used in this case is from K-Supermarket Karis-Karjaa own IT-system. Since this is a case study of qualitative character, the results is described with words instead of numbers, and a more unrestricted structure is used. Based on the results of the triple ABC-analysis with the following criteria, sales profit percentage, inventory turnover and sales gain in euro, are various measures recommended for K-Supermarket Karis-Karjaa so that the store could improve their business.</p>	
Keywords:	K-Supermarket Karis-Karjaa, triple ABC-analysis, sales profit, inventory turnover, profitability, grocery store
Number of pages:	44
Language:	Swedish
Date of acceptance:	24.5.2016

INNEHÅLL

1	Inledning.....	6
1.1	Problemformulering	7
1.2	Syfte	8
1.3	Avgränsningar	8
2	Teoridel	9
2.1	Lönsamhet.....	9
2.2	Bundet kapital.....	11
2.2.1	<i>Lageromsättningshastighet</i>	<i>12</i>
2.2.2	<i>Säkerhetslager</i>	<i>14</i>
2.2.3	<i>Inköp.....</i>	<i>16</i>
2.2.4	<i>Automatisk varupåfyllning</i>	<i>18</i>
2.3	ABC-analys.....	19
2.3.1	<i>Utvecklad ABC-analys.....</i>	<i>20</i>
2.4	Sammanfattning av teoridelen.....	22
3	Metodik.....	23
3.1	Kvalitativ och kvantitativ undersökning	23
3.2	Primär- och sekundärdata	24
3.3	Metodval	24
3.4	Praktiskt genomförande	25
3.4.1	<i>Insamling av data</i>	<i>25</i>
3.4.2	<i>Trippel ABC-analys med Excel.....</i>	<i>26</i>
4	K-Supermarket Karis–Karjaa	31
4.1	Teorikoppling	32
4.2	Resultatet av ABC-analysen	33
4.2.1	<i>Rekommendationer</i>	<i>36</i>
5	Slutsats	38
5.1	Sammanfattning	38
5.2	Avslutning	39
5.2.1	<i>Fortsatta idéer</i>	<i>40</i>
	Källor	42

BILAGA 1 Samband mellan servicenivå och säkerhetsfaktor

BILAGA 2 Trippel ABC-analys

Figurer

Figur 1 DuPont-modellen	11
Figur 2 Orsaken till tomma butikshyllor (Kärkkäinen & Småros 2009)	17
Figur 3 Tanken bakom automatisk varupåfyllning. (Kärkkäinen & Småros 2009)	19
Figur 4 Dubbel ABC-analys grupper (Rudberg 2011)	21
Figur 5 K-Supermarket Karis-Karjaa (Lindberg 2014)	31

Tabeller

Tabell 1 Fördelningen av dubbla ABC-analysen	35
Tabell 2 Fördelningen av trippla ABC-analysen	36

1 INLEDNING

Idag när kunderna går i butiken, förväntar de sig att det finns ett brett urval av produkter. Det är ingen skillnad om det sedan är ett stort varuhus i huvudstadsregionen eller om det är en mindre butik ute på landsbygden. Kunden kräver ändå att produkterna skall finnas på hyllan, eller att det finns en möjlighet att beställa in produkten så fort som möjligt.

I samband med att det ekonomiska läget ser ut som det gör idag, är det en utmaning för butiker och speciellt matbutiker att uppfylla konsumenternas krav, utan att inte ha för mycket kapital bundet i produkter på hyllorna som sedan får kastas då varorna blir gamla för att ingen köper dem. Det är också en utmaning för K-Supermarket Karis-Karjaa som är uppdragsgivare för det här examensarbetet.

K-Supermarket Karis-Karjaa tillhör K-kedjan och är en av de 222 K-Supermarketer som finns i Finland (K-Plussa 2015). Inom ett gångavstånd på 50 meter från K-Supermarket Karis-Karjaa finns det konkurrerande butiker, en snabbt växande Lidl butik samt en S-Market som tillhör S-gruppen som för tillfället är ledande på marknaden inom dagligvaruhandeln (Vuorela 2015). Dessutom finns det i samma stad som K-Supermarket Karis-Karjaa även en Tokmanni som erbjuder torrprodukter och en ABC-butik. Konkurrensen tar inte slut härmed, då man ytterligare planerar att bygga en Prisma butik i samma stad (Thilman 2015).

Då konkurrent situationen är hård, marknaden tuff och kunderna är krävande, är det en stor utmaning för K-Supermarket Karis-Karjaa att driva en lönsam verksamhet. Det är en utmaning att kunna erbjuda produkter som kunderna är nöjda med till rätt pris. Med rätt pris menas då ett pris som kunderna är villiga att betala, men ändå ett tillräckligt högt pris så att kostnader täcks. Dessutom är det viktigt att butiken har rätt mängd av produkter, undvika binda för mycket kapital i produkterna men ändå se till att hyllorna inte står tomma.

Förutom de ovanför nämnda utmaningarna finns det inom K-Supermarket Karis-Karjaa begränsningar som gör det ännu mer utmanade. En stor begränsning är tillgången till utrymme. Precis som alla andra företag och butiker har också K-Supermarket Karis-Karjaa begränsat med utrymme. Så även om butiken skulle vill beställa in massor med olika produkter finns det ingen möjlighet till det. Dessutom är de flesta av K- Supermarket

Karis-Karjaas produkter livsmedelsprodukter som har ett bäst-före datum. Då produkterna har ett bäst-före eller sista försäljningsdatum försvårar det inköpsprocessen. K-Supermarket Karis-Karjaa kan då inte beställa in stora kvantiteter och lagra dem som t.ex. elektronikbutiker kan göra, utan istället måste butiken beställa in produkterna i mindre kvantiteter men oftare. För om K-Supermarket Karis-Karjaa beställer in för mycket per gång och har stora lager, finns det risk för att produkterna hinner bli gamla innan de blir sålda. Det är så svinn uppstår, något som väldigt dyrt och något K-Supermarket Karis-Karjaa vill undvika.

1.1 Problemformulering

K-Supermarket Karis-Karjaa vill erbjuda sina kunder ett bra och stort sortiment. Situationen är dock svår då det finns ett mycket brett utbud av produkter som butiken kan beställa in av. Det finns produkter som i stort sett är lika, det kan t.ex. bara vara tillverkaren som skiljer dem åt. En stor del av produkterna finns även i flera olika storleksförpackningar, det finns allt mellan mega förpackningar på flera kilo till förpackningar som endast innehåller några gram eller hundra gram.

Problemet är att K-Supermarket Karis-Karjaa inte vet vilka av produkterna som kunderna vill ha. Är det nuvarande utbudet optimalt och hittar kunderna de produkter de vill ha eller saknas det produkter i någon storlek som kanske kunderna vore mer intresserade av? Köper kunderna endast stora förpackningar medan mindre förpackningar hinner fara illa eller är det tvärtom?

K-Supermarket Karis-Karjaa är också omedveten om vilka produkter som är lönsamma och vilka produkter som mindre lönsamma och kanske tar upp för mycket utrymme och tid. För man vet att alla produkter som finns i utbudet är inte lika lönsamma, utan endast en liten del. Många produkter kanske till och med är direkt olönsamma och ligger länge på hyllan och slutligen blir butiken tvungen att kasta bort dem. I långa loppet blir det dyrt för K-Supermarket Karis-Karjaa, speciellt om det alltid är samma produkt som kunderna inte köper och som slutligen blir gamla.

Det finns inga tidigare forskningar eller arbeten som berör just den här marknaden eller liknande situation som K-Supermarket Karis-Karjaa befinner sig i. Liknande undersökningar har dock utförts inom andra branscher som t.ex. möbelbranschen (Lindberg 2012),

restaurangbranschen (Mansour 2014) och trafikbranschen (Broman 2014), som har visat sig ge bra och användbart resultat.

1.2 Syfte

K-Supermarket Karis-Karjaa vill kunna erbjuda sina kunder ett brett och mångfasetterat produktutbud. Butiken vill vara den butik som kunderna går till oberoende vad de letar efter. Det är ingen skillnad om det är mera exotiska produkter eller produkter som har funnits på marknaden i flera tiotals år.

Därför är syftet med det här examensarbetet att kartlägga K-Supermarket Karis-Karjaas utbud, kartlägga produkterna för att se vad som finns på hyllorna. Utöver det utföra en trippel ABC-analys för att hitta de produkter med en bra lageromsättningshastighet och som ger en hög försäljningsvinst, det vill säga de produkter som det lönar sig för butiken att ha på hyllan.

Målet är dessutom att se om metoden ger ett användbart resultat, som K-Supermarket Karis-Karjaa kan använda sig av även framöver. Det är inte endast resultatet man är intresserad av utan också att man skulle kunna använda metoden för andra avdelningar och segment än på den avdelningen som behandlas i det här arbetet.

1.3 Avgränsningar

Eftersom K-Supermarket Karis-Karjaa är en matbutik med flera tusentals produkter, blir det för mycket data att analysera. Därför kommer det här arbetet att fokusera på endast en produktavdelning, vilket kommer att vara ostavdelningen samt de produkter som finns på osthyllan.

Orsaken varför det här arbetet kommer att behandla endast ostavdelningen, är att avdelningen har blivit lite på sidan om de övriga. Det betyder att ingen har haft huvudansvaret över ostsortimentet, vilket har resulterat i att flera personer har skött om avdelningen. Det har lett bland annat till att lagersaldona inte stämmer och ingen känner till försäljningen av produkterna. Det här betyder att produkterna i avdelningen kan ha varit slut eller att det finns allt för mycket av en produkt i lager, något som inte är positivt för butiken.

Arbetets teori är fokuserat till att endast stöda utförande av analysen eller resultatet av analysen, inte teori som överlag kan befrämja K-Supermarket Karis-Karjaas verksamhet. Datat till analysen är avgränsad och endast försäljningsdata från 2015 kommer att användas.

Om metoden som används visar sig vara en lämplig och slutresultatet är användbart, finns det ingenting som hindra att samma metod används för de övriga avdelningarna i K-Supermarket Karis-Karjaa.

2 TEORIDEL

I teoridelen kommer livsmedelslogistik och bundet kapital att förklaras närmare. Även hur kapital är bundet i företagets lager samt hur mycket lagerverksamheten påverkar företagets ekonomi. Jag kommer att presentera olika modeller och kalkyler som kan användas av företaget för att få en bättre överblick av verksamheten eller för att få logistiken inom företaget att fungera bättre. Jag kommer också gå närmare in på vad ABC-analys och utvecklad ABC-analys är och vilka för- och nackdelar det finns med metoden. Teorin kommer att fungera som grund då jag fortsätter med den empiriska delen.

2.1 Lönsamhet

Många företag vill idag uppnå sina mål. Företagen kan räkna upp många mål, men i grund och botten är det ändå ekonomisk lönsamhet som är prioritering nummer ett. För ekonomisk lönsamhet är en förutsättning, för att företaget skall kunna uppnå de övriga målen de har satt upp. (Skärvad & Olsson 2013 s. 217)

Att ett företag har ett bra ekonomiskt resultat, betyder inte direkt att företagets verksamhet är lönsam. Visst skall resultatet vara positivt, intäkterna vara större än kostnaderna, men det betyder inte att företagets verksamhet är lönsam längden. Resultatet man får genom att räkna skillnaden mellan intäkter och kostnader är ett absolut mått och kan i många fall vara ett missvisande mått, speciellt vid jämförelser. Till exempel, ett litet företag med en anställd kan ha samma resultat som ett stort aktiebolag, dock säger resultatet inget om vilka resurser som har använts för att nå resultatet. (Skärvad & Olsson 2013 s. 218)

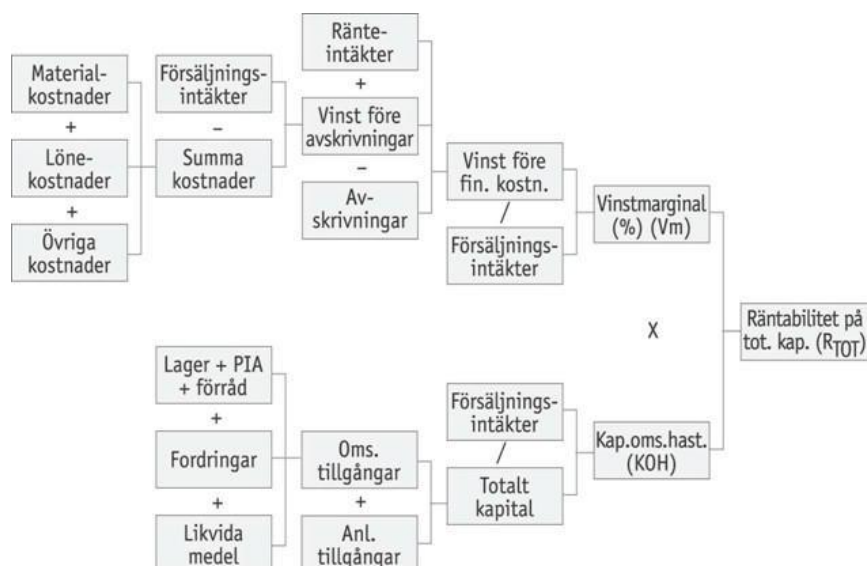
För att undvika ett vagt mått och missförstånd används det inom företagsekonomi istället relativa mått, som t.ex. vinst per arbetstimme eller vinst i procent av arbetande kapital (Skärvad & Olsson 2013 s. 218). Det finns speciellt två relativa nyckeltal som används mycket i företagsvärlden och som mäter lönsamhet, räntabilitet på total kapital och vinstmarginal (Andersson et al. 2009 s. 231).

Räntabilitet på totala kapital, eller avkastningsgrad som det också ibland kallas, är resultatet före finansiella kostnader och skatter i förhållande till investerat kapital. Räntabilitet på totala kapital berättar hur hög eller låg avkastningen är på det investerande kapitalet, ju högre desto bättre. För att få hög räntabilitet bör företaget ha bra vinst samt omsätta kapital snabbt. (Aronsson et al. 2004 s. 196, Andersson et al. 2009 s. 231)

Andra nyckeltalet som används och som kan vara bra att ha till hands är vinstmarginalen. Till skillnad från räntabilitet på totala kapital där man räknade resultatet i förhållande till investerat kapital, räknar man nu istället resultatet i förhållande till omsättningen. Vinstmarginalen anger hur mycket som förtjänas på varje euro företaget säljer för. Så till exempel företag med hög vinstmarginal per produkt bör fokusera att öka försäljningen istället för att höja priser ifall de vill höja vinsten. (Andersson et al. 2009 s. 232)

$$\text{Vinstmarginal} = \frac{\text{Resultat före finansiella kostnader och skatt}}{\text{Omsättning}}$$

Utöver räntabilitet på totala kapital och vinstmarginal finns det även andra tal och modeller som kan berätta hur lönsam företags verksamhet är. En modell som länge har använts inom företagsekonomi är DuPont-modellen, som är lite mer komplex än de ovannämnda nyckeltalen. Även om DuPont-modellen redan publicerades på 1910-talet är den än idag en mycket väl använd modell som berättar mycket. Modellen bygger på två delar som kommer från företags resultat- och balansräkning. Ur DuPont-modellen framkommer både kapitalomsättningshastigheten samt vinstmarginalen. (Aronsson et al. 2004 s. 102)



Figur 1 DuPont-modellen

I det här fallet kommer dock inte DuPont-modellen att användas eftersom jag inte kommer att fokusera på hela K-Supermarket Karis-Karjaas verksamhet, utan endast på produkterna tillhörande en avdelning. DuPont-modellen kunde användas om man undersökte hela butikens verksamhet och ville räkna ut lönsamheten för hela butiken med alla avdelningar.

2.2 Bundet kapital

Företag kan ha anläggningstillgångar och omsättningstillgångar. Många gånger tänker man endast på anläggningstillgångar och glömmer bort omsättningstillgångar. Dock binds företagets kapital i båda fallen och påverkar starkt kassaflödet och betalningsförmågan. Båda typerna av tillgångar räknas även med i DuPont-modellen vilket tyder på att tillgångar har väldigt stor inverkan på lönsamheten. (Jonsson & Mattsson 2011 s. 126)

Omsättningstillgångar finns i allmänhet bundna i produkter i omlopp och lager samt i kundfordringar. Att företag har kapital bundet i produkter eller att kunderna har lång betalningstid påverkar både materialflödet och kassaflödet, något som många företag kan vara känsliga för. (Mattsson 2002 s. 156)

Lagerhållning kan se lite olika ut beroende på hurdan verksamhet företaget driver. Lager kan med andra ord vara olika uppbyggda som små förråd, stora lager som rymmer flera

kvadratmetersbyggnader eller ett vanligt butikslager. Många gånger talas det illa om lagerhållning och många företag försöker undvika att ha lager, dock är det nästintill omöjligt för företag att inte ha något lager alls, för det förekommer alltid någon typ av lager om inte annat så kan det handla om kopieringspapper i kontoret. (Aronsson et al. 2004 s. 102)

I samband med att företag har lager leder det till att företag också har kapital bundet i produkter som ligger och väntar. Att företaget har osålda produkter liggande på hyllan, oberoende om det handlar om färdiga produkter eller halvfabrikat, kan det ha sina för- och nackdelar för företaget. Nackdelarna är att det är kostsamt att ha lager. Produkterna och varorna måste ha utrymme och om företag har för stora lager kan det leda till att varorna aldrig blir sålda eller att de hinner bli gamla. Fördelen med lager är att företaget kan erbjuda sina kunder varor direkt eller med kort väntetid, något kunder oftast uppskattar. (Aronsson et al. 2004 s. 102, Jonsson & Mattsson 2011 s. 126)

Något som redan har framgått är bundet kapital ofta, om inte alltid, förknippas med lager, och förutom lager brukar även termen medellager påträffas. Med hjälp av att veta medellagret, som i teorin är halva inköpskvantiteten plus säkerhetslager om sådan finns, kan man räkna ut kapitalbindningen för lagret. Medellagret storlek fås då genom att ta inköpskvantiteten dividerat med två adderat med minimilager, som är en annan term för säkerhetslager, medellagret kan räknas ut endera i euro eller antal. Företag bör dock passa upp med att medellagernivån kan variera mellan produkter och mellan säsongerna. (Pewe et al. 2002 s.420)

2.2.1 Lageromsättningshastighet

Då man uttrycker bundet kapital kan man ange det i form av lagervärde det vill säga i euro, vilket är ett absolut tal. Dock kan det vara mycket missvisande och om företaget dessutom inte har något historiskt data kan det vara mycket komplext. Ett absolut tal i euro kan variera väldigt mycket beroende på hur stort lagret är, hurdana produkter som finns i lager och om det är frågan om färdiga produkter eller halvfabrikat. Därför brukar man ofta inom logistiken tala om lagrets omsättningshastighet istället. (Jonsson & Mattsson 2011 s. 126- 127)

Lagrets omsättningshastighet är inte bara ett mått som kan användas för att få fram det bundna kapitalet i lagret, utan man kan också användas som ett jämförelsetal mellan olika avdelningar inom företaget och över tid, något som inte är möjligt med ett absolut tal. Lagrets omsättningshastighet får man genom ta omsättningen, ettdera antalet eller värdet av inköpspriset, dividerat med kapitalbindningen i lagret. (Jonsson & Mattsson 2011 s. 127)

$$\text{lageromsättningshastighet} = \frac{\text{årligt antal förbrukade enheter}}{\text{genomsnittligt antal enheter i lager}}$$

I modellen ovan tar man årsförsäljningen dividerat med det genomsnittliga antalet enheter i lager, det vill säga genomsnittslagret. Genomsnittslagret kan man räkna ut på olika vis och beroende på företags verksamhet kan olika alternativ vara lämpliga. Ett alternativ är som redan förklarades är inköpsmängden dividerat med två plus säkerhetslager (Lindskog 2013). Man kan även ta inköpsmängden adderat med säkerhetslager dividerat med två. Det är även möjligt att ta summan av inventeringsvärdena dividerat med antalet inventeringar som gjordas. Om igen av alternativen är lämpliga finns det ytterligare ett, nämligen att ta lager vid årets början adderat med lager vid årets slut dividerat med två. (Företagsekonomi A 2004)

Relationstalet, som sedan fås för lageromsättningshastigheten anger hur många gånger varorna i lagret eller på hyllan byts ut mot nya varor under en period. Det här berättar hur länge varorna i genomsnitt ligger i lager eller på hyllan (Jonsson & Mattsson 2011 s. 127). Så om relationstalet är t.ex. 24 betyder det att lagret byts ut 24 gånger per år, med andra ord produkterna köps in 24 gånger per år och säljs 24 gånger per år (Andersson et al. 2009 s.183).

Ett annat nyckeltal som berättar om lagerhanteringen och som kan användas som ett alternativ till lageromsättningshastighet, är lagrets liggtid. Som termen redan säger handlar det om hur länge varorna ligger i lager eller på hyllan. Liggtiden eller lagringstiden får man genom att ta 12 månader (ett år) i förhållande till lagrets omsättningshastighet. Så om lageromsättningshastigheten var 24, resulterar det till att lagret har en liggtid på 2 veckor innan de går till försäljning eller produktion. (Pewe et al. 2002 s.425)

Företagen strävar många gånger till att ha en hög lageromsättningshastighet, det gör de genom att köpa in mindre kvantiteter per beställning eller genom att öka försäljningen utan att öka medellagret. Dock behöver en hög omsättningshastighet inte alltid vara lönsamt och till fördel för alla. För ifall företagen köper in oftare men istället mindre kvantiteter kan inköpspriset stiga, transportkostnaderna öka samt hanteringen vid lagret kostar mera. Fast ur kapitalbindningens synvinkel är det bättre med en hög lageromsättningshastighet, för då binds det inte så mycket kapital upp åt gången. (Jonsson & Mattsson 2011 s. 127, Pewe et al. 2002 s.425-426)

Den optimala lageromsättningshastigheten kan man hitta med hjälp av EOQ-modellen, med optimal menas att den totala kostnaden skall bli så låg som möjligt. Modellen, kommer att tas upp och förklaras mera ingående i kapitel 2.2.3, används för att hitta den optimala inköpsmängden som hänger väldigt mycket ihop med lageromsättningshastigheten. (Pewe et al. 2002 s.425)

2.2.2 Säkerhetslager

Målet med ett företag är att kunna erbjuda kunderna ett utbud som de är nöjda med och som uppfyller deras önskemål. Dock är det inte alla gånger så enkelt för företagen då kunderna kan vara väldigt oförutsägelsebara. Därför är de tvungna att gardera sig mot osäkerheten genom att ha ett lager eller ett säkerhetslager. (Aronsson et al. 2004 s.110-111)

Ett säkerhetslager är bra att ha ifall man vill kunna erbjuda sina kunder ett bra utbud och kunna gardera sig mot olika osäkerheter. Osäkerheterna kan vara bland annat att efterfrågan stiger, leveranserna är försenade eller att beställningen inte har gått fram. Med säkerhetslager försöker man försäkra sig att lagret eller hyllorna aldrig blir tomma. (Aronsson et al. 2004 s.110-111)

Många företag inför därför ett minimilager. I minimilager ingår såväl beställningspunkt samt säkerhetslager. Så när minimilager nås, nås även beställningspunkten och företaget bör göra en beställning. Antalet produkter som nu finns i lager eller på hyllan bör räcka till innan nästa beställning har levererats. Så om minimilagret är t.ex. fem, betyder det att den uppskattade försäljningsmängden samt säkerhetslagret är medräknat. Orsaken varför man inför minimilager är för att undvika att varorna hinner ta slut innan följande leverans

kommer. Minimilagret hjälper företagen att skydda sig mot fall leveransen dröjer eller att åtgången är större än väntat. (Ritvanen et al. 2011, s.88, Andersson et al. 2012 s.178)

Det är viktigt att säkerhetslagret är tillräckligt stort och att företagen sätter beställningspunkten rätt. Om beräkningen är fel d.v.s. företaget beställer in fel mängd, att leveransen är försenad eller att säkerhetslagret är för litet, betyder det att produkterna tar slut i lagret, vilket resulterar i sämre servicenivå. Tvärtom är inte heller bra, att säkerhetslagret är för stort. Då binder företaget onödigt mycket kapital i produkter som endast ligger på hyllan, och i värsta fall blir för gamla för att kunna säljas. (Lumsden 1998 s.259-267)

Att räkna ut hur stort säkerhetslagret skall vara för produkter i ett företag är inte alltid så enkelt. Dock finns det en formel, som man med hjälp av kan manuellt räkna ut hur stort säkerhetslager bör vara. Det första företaget bör besluta om är ifall de vill skydda sig mot osäkerheten i efterfrågan, osäkerheten i leveransen d.v.s. ledtiden eller både och. Om företaget bestämmer sig för att försäkra sig mot båda faktorerna krävs det såklart ett mycket större säkerhetslager. I det här fallet kommer endast osäkerhet i efterfrågan att behandlas. (Aronsson et al. 2004 s.233-235)

För att företag skall kunna räkna ut hur stort säkerhetslager de bör ha för att gradera sig ifall efterfrågan varierar från det planerade finns det några faktorer de måste veta för att kunna använda formeln. Först måste ledtiden vara känd, alltså hur länge det tar att få produkten från att man har upptäckt att man måste göra en beställning. Sedan bör efterfrågans standardavvikelse under ledtiden vara känd, och med det menas hur den verkliga efterfrågan skiljer sig från den förväntade. Till sist måste också företaget avgöra hurdan servicenivå man vill kunna erbjuda kunderna, med andra ord med vilken sannolikhet vill man kunna ta produkter direkt från lager utan att behöva vänta. Servicenivån är dessutom bunden till en säkerhetsfaktor (k), som kommer att användas i uträkningen. I bilaga 1 kan man se en tabell över sambandet mellan servicenivån och säkerhetsfaktorn. När företaget vet de tre ovannämnda faktorerna kan de räkna ut säkerhetslagret med nedannämnda formel. (Aronsson et al. 2004 s.234)

Var:

$$SL_D = k * \sigma_D * \sqrt{LT}$$

SL_D = säkerhetslager

k= säkerhetsfaktor

σ_D = efterfrågans standardavvikelse

LT= ledtid

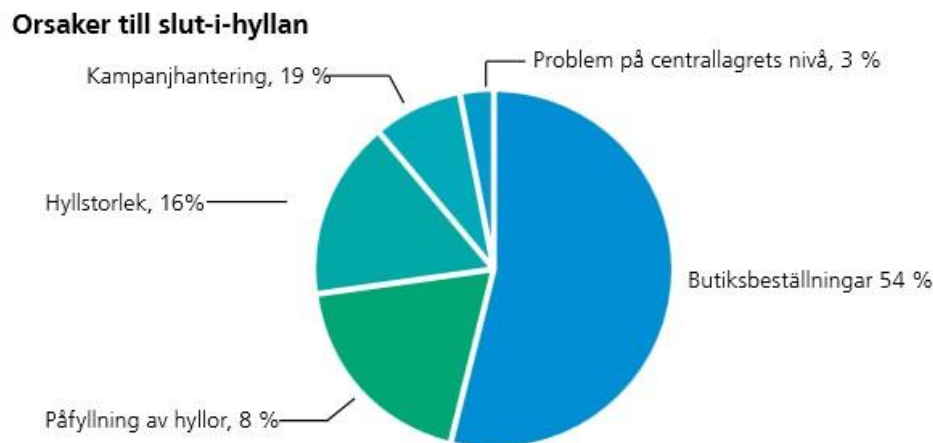
2.2.3 Inköp

Det är ingen nyhet att kunderna ställer allt högre krav på företag, speciellt företag som säljer livsmedel. Det är en självklarhet för kunderna att produkterna finns tillgängliga och att de inte tar slut. Dock räcker det inte att det finns produkter på hyllan, utan gällande livsmedel skall produkterna också vara färska och ha ett bra bäst-före datum. Det här ställer stora krav på företagen, som sedan i sin tur ställer stora krav på leverantörerna, vilket betyder att det bör finnas en effektiv distributionskedja bakom produkterna. (Gustafsson et al. 2006 s. 1-2, 39-41)

För att uppfylla kraven måste företagen göra väl genomtänka inköp. För inköpen har en mycket stor betydelse för logistiken och effektiv logistik är grunden för många företag. Inköpsprocessen handlar inte endast om att köpa in rätt mängder, så att man varken binder för mycket kapital i lager eller att lagren och hyllorna är tomma. Utan företagen skall också välja att ha rätt sortiment (Andersson et al. 2012 s. 32). (Aronsson et al. 2004 s. 266)

När företag och speciellt företag inom detaljhandeln skall köpa in produkter finns det olika saker de bör beakta. För kunderna, som tidigare redan nämndes, förväntar sig att det skall finnas vissa produkter. Sortimentet som butikerna har brukar oftast skiljas åt genom att de delas in i fast och rörligt sortiment. Fast sortiment är de produkter som butiken alltid har på hyllan oberoende av säsong, till det fasta sortimentet hör också produkter som butiken måste ha ifall de tillhör någon butikskedja. Rörligt sortiment är sedan produkter som kommer in till någon speciell säsong eller kampanj. Det betyder att det är produkter som butiken kanske inte kan erbjuda kunderna året runt. Speciellt inköp av produkter som tillhör det rörliga sortimentet kan vara en utmaning för företagen. (Andersson et.al. 2012 s. 22-23)

Produktinköp i ett företag kan vara en utmaning, och ibland leder det till att kunderna blir tvungna att vänta för att det är slut på hyllan och i lager. Ibland finns det en bra förklaring varför det sker, det kan vara på grund av att leveransen är försenad, slut i centrallagret eller att ingen har hunnit fylla på hyllorna. Dock är ändå största orsaken att företaget inte har köpt in tillräckligt mycket av produkten, det vill säga företaget har köpt in en allt för liten kvantitet och efterfrågan har varit större än väntat. (Kärkkäinen & Småros 2009 s. 1-2)



Figur 2 Orsaken till tomma butikshyllor (Kärkkäinen & Småros 2009)

För att undvika tomma eller överfulla hyllor och använder sig många företag idag av olika system som räknar ut den optimala inköpskvantiteten. En av de vanligaste formlerna man använder sig av vid inköpsprocessen är EOQ-formeln. Med hjälp av EOQ, som står för economic order quantity, kan företag räkna ut den minsta totala kostnaden för inköp och lagring av produkter alltså den optimala inköpsmängden. För att kunna räkna med formeln måste företag känna till ordersärkostnad, lagringskostnad, efterfrågan och ledtid. (Mohan 2016)

$$EOQ = \sqrt{\frac{2DS}{H}}$$

Var

D = Efterfrågan per år

S = Ordersärkostnad per år

H = Lagringskostnader

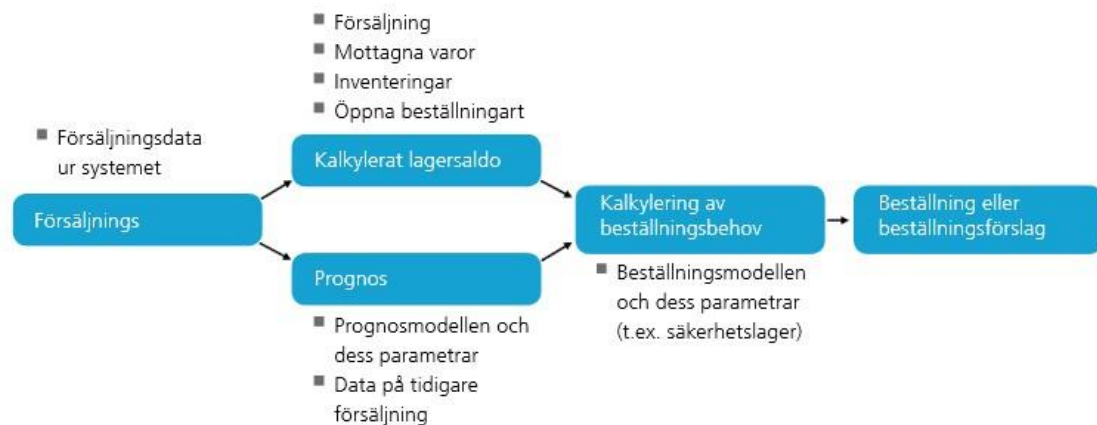
För företag med ett stort utbud av produkter och varierande efterfrågan skulle det vara en utmaning om inte otänkbart att använda sig av EOQ-formel som sådan. Därför med hjälp av teknikens utveckling, har företagen idag möjlighet att använda sig av olika affärssystem, t.ex. MRP-systemet som hjälpmedel vid planering av inköp. MRP-systemet som i grund och botten baserar sig på EOQ-modellen, är ett hjälpmedel som kan användas bland annat vid just inköp. Systemet bygger på gammal data, bland annat försäljning, kampanjer och mängden svinn och med hjälp av det data får företaget ur en beställningsmängd som torde vara optimal. (Storhagen 2003 s. 81, 110)

2.2.4 Automatisk varupåfyllning

Som det redan berättades i förra kapitlet är det viktigt att företag har produkter i lager och att speciellt butiker har produkter på hyllan. Företag med många produkter i sortimentet inför oftast då någon form av system t.ex. SAP, Orkla eller motsvarande system med automatisk varupåfyllningsfunktion.

Företag och speciellt butiker inom detaljhandeln kan ha flera tusen olika produkter i sortimentet. Det här leder till att det kan vara väldigt svårt att styra lagret manuellt, och inte bara utmanade utan också tidskrävande. Alla företag vill idag vara så effektiva som möjligt och att styra lagret manuellt skulle leda till att personer inom företaget skulle vara tvungna att sätta tid på att beställa och räkna ut beställningsmängd etc. Med ett automatiskt varupåfyllningssystem frigörs istället tid och personalen kan istället fokusera på andra uppgifter som inte kan styras eller hanteras med datasystem. (Kärkkäinen & Småros 2009 s. 3-4)

Det automatiska varupåfyllningssystemets grundidé är ganska enkel. Systemet följer upp försäljningen och åtgången för varje produkt och jämför sedan försäljningen med lagernivån och tidigare försäljning. Systemet räknar sedan ut hur mycket och när företaget bör beställa så att lagret inte hinner ta slut. (Kärkkäinen & Småros 2009 s. 3-4)



Figur 3 Tanken bakom automatisk varupåfyllning. (Kärkkäinen & Småros 2009)

För att automatiskt varupåfyllningssystem ska fungera måste företaget vara nog med att data som systemet har tillgång till är rätt. Lagersaldona måste vara rätt, gamla försäljningstal skall vara i sin ordning och inventeringar måste ske med jämna mellanrum. Företaget måste också se till att de nämnda parametrarna i systemet är rätt för annars kan systemet få en motsatt effekt än väntat. (Kärkkäinen & Småros 2009 s. 4-6)

2.3 ABC-analys

I de föregående kapitlen har faktorer som både direkt och indirekt påverkar företagets lönsamhet tagits upp och förklarats. ABC-analys är ett redskap som man kan klassificera produkter på basis av faktorerna.

I början av 1900-talet, skapade den italienska ekonomen Vilfredo Pareto en matematisk formel som kunde beskriva och påvisa att 20 % av landets befolkning var i besittning av 80 % av landets rikedomar. Pareto utvecklade formeln genom att studera ärtodlingen i sin trädgård, som också visade att 20 % av ärtskidorna innehöll 80 % av ärtorna. Formeln utvecklades efter Pareto bland annat av Dr. Joseph M. Juran, som började kalla 80/20

regeln bland annat till Paretoprincipen och Pareto regeln. Dagens ABC-analys grundar sig på 80/20 regeln. (Reh 2005)

80/20 regeln innebär att 20 % av oberoende vad som undersöks, står för 80 % av verkan eller resultatet, precis som Pareto kunde dra slutsatsen att 20 % av landets population ägde 80 % av rikedomarna. Eftersom regeln kan tillämpas på nästan vad som helst så, är regeln ett utmärkt redskap att använda. För med hjälp av regeln kan företaget ta reda på vilka 20 % av produkterna ger 80 % av inkomsten eller vilka 20 % tar upp 80 % av lagerutrymmet. (Reh 2005)

Då företag väljer att klassificera sina produkter, är ABC-klassificering ett vanligt alternativ. Som redan nämntes baserar sig ABC-klassificeringen eller ABC-analysen på 80/20 regeln. Dock är ABC-analysen lite mer utvecklad och man har istället valt att dela in produkterna i tre klasser, A, B och C istället för två klasser. A-gruppen är den minsta gruppen de viktigaste produkterna tillhör gruppen, B-gruppen är något större medan C-gruppen är den största gruppen men berör de minst väsentliga produkterna. (Aronsson et al. 2004 s. 240)

För att ge en bättre bild hur produkterna klassificeras brukar man säga att alla A-gruppens produkter står för 60-80 % av insatsen eller resultatet och 5-20 % av antalet produkter. B-produkter står i sin tur för 15-30 % av insatsen och 10-30 % av produkterna. C-produkterna resterande 5-10 % av insatsen och 50-85 % av produkterna. (Aronsson et al. 2004 s. 240)

Idén bakom att göra en produktklassificering eller en ABC-analys är att företagen skall hitta A-produkterna, produkterna som företagen skall fokusera på. Dessa A-produkter är de som företagen bör se oftare över speciellt gällande inköp, försäljning och svinn, än övriga produkter. (Aronsson et al. 2004 s. 240-241)

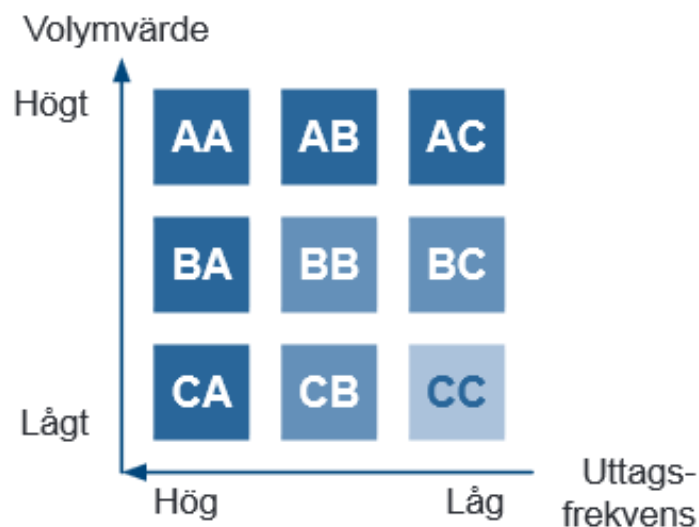
2.3.1 Utvecklad ABC-analys

Nackdelen med enkel ABC-analys är att man kan endast rangordnar produkterna mot ett kriterium. Det här kan leda till att resultatet som fås kan vara missvisande. För en produkt kanske har en hög omsättning, men resultatet från analysen säger ingenting om hur hög

försäljningsvinsten är eller om produkten ligger länge i lager. Det här i sin tur kan resultera i att man åsidosätter en produkt som har en bra försäljningsvinst bara för att produkten är klassad som en C-produkt efter omsättning. Dock finns det en lösning till det här, nämligen att göra en utvecklad ABC-analys, en dubbel eller en trippel ABC-analys. (Storhagen 2003 s. 181-182)

En dubbel ABC-analys möjliggör att ställa produkter mot två kriterier istället för endast ett kriterium. Det underlättar för företag för att uppnå en bättre styrning då de kan hitta de produkter som t.ex. har både hög omsättning och försäljningsvinst. Då kan företaget istället fokusera på produkter som faktiskt är viktiga för företaget. För med en dubbel ABC-analys blir resultatet noggrannare, man kan hitta de produkter som har en hög omsättning samt bra försäljningsvinst eller produkter med hög omsättning och dålig försäljningsvinst. (Aronsson et al. 2004 s. 240-241)

Då man gör en dubbel ABC-analys, kategoriseras produkterna in i nio olika grupper istället för tre som i enkel ABC-analys. Om man väljer att t.ex. kategorisera produkterna enligt omsättning och lönsamhet, så motsvarar AA-produkterna de produkterna med högsta värdena gällande båda kriterierna. CC-produkterna har precis tvärtom, lägsta värdena. Produkterna som har blivit kvalificerade som AC- eller CA-produkter har ett högt värde gällande ena kriteriet och lågt värde gällande andra kriteriet. (Rudberg, Martin. 2011 s. 1-2)



Figur 4 Dubbel ABC-analys grupper (Rudberg 2011)

Om man anser att en dubbel ABC-analys inte är tillräckligt informationsrik och man saknar ett kriterium finns det möjlighet att utveckla analysen. Om man utvecklar en dubbel ABC-analys med ytterligare ett kriterium utvecklas analysen till en trippel ABC-analys med 27 produktkategorier istället för 9. Att utföra en trippel ABC-analys är inte lika vanligt som en enkel och dubbel analys, men har visat sig vara ett användbart verktyg för företag (Cavonius 2011). (Eslaminasab & Dokooohaki 2012 s. 242, 246-247)

Precis som alla andra metoder har den utvecklade ABC-analysen sina för- och nackdelar. Fördelarna är att företagen kan hitta de produkter som det faktiskt lönar sig att lägga tid på. Det kan vara att företagen inte har tid att gå igenom beställningsmängden för alla produkter i sortimentet, men om företaget hittar AA- och AAA-produkterna kan företaget fokusera på dem och låta beställningen av produkter tillhörande av de övriga kategorierna ske automatiskt via ett MRP-system. (Waters 2003, s. 274-275)

Något som företag bör se upp med vid användning av utvecklad ABC-analys är att resultatet kan ge ett missvisande förslag. För som redan tidigare nämndes så är det endast två eller tre kriterier som produkterna rangordnas enligt, vilket i alla fall inte räcker till. En fallgrop kan vara att produkten är i ett tidigt utvecklingsstadium, vilket kan betyda att produkten inte har hunnit etablera sig på marknaden. Ytterligare en begränsning med utvecklad ABC-analys är att kompletterande produkter oftast hamnar under C-produkter, det här kan leda till att försäljningen av en A-produkt minskar ifall den kompletterande produkten inte finns tillgänglig. (Storhagen 2003 s. 181-182)

En utvecklad ABC-analys är ett hjälpmedel, som kan vara bra att ha till hands för företag då de måste göra beslut om produkter. Det kan gälla beslut om t.ex. inköp, lagerhållning eller försäljning (Storhagen 2003 s. 181). I det här fallet kommer en trippel ABC-analys att användas som hjälpmedel för att jag skall kunna komma med rekommendationer för hur K-Supermarket Karis-Karjaa bör se över ostavdelningen. Dock måste man komma ihåg att endast tre kriterier används för att rangordna produkterna, vilket betyder att många faktorer inte beaktas.

2.4 Sammanfattning av teoridelen

Teoridelen gav en inblick i vad som kommer att behandlas vidare. För den empiriska delen kommer att basera på teoridelen och då vi nu har en uppfattning om vad lönsamhet,

bundet kapital, lageromsättning och säkerhetslager är kommer det vara mycket enklare att förstå vad som sker i de olika stegen. Kapitlet om ABC-analys och utvecklad ABC-analys beskrev inte bara vad analysen går ut på utan och hur man skall se på resultatet. Det här underlättar mycket då vi efter empiriska delen övergår till resultatdelen varefter en rekommendation kommer för hur K-Supermarket Karis-Karjaa kan förbättra sin verksamhet till både kundernas och företagets fördel.

3 METODIK

Då man gör en forskning inom företagsekonomi, brukar man prata om kvalitativ eller kvantitativ forskningsmetod. Utgångspunkten för vilken forskningsmetod man kommer att använda sig av beror främst på hurdan material som behövs samt hurdan forskning man gör. Datat man samlar in genom en kvalitativ eller kvantitativ forskning, kan ytterligare delas in i primär- och sekundärdata beroende på när det är insamlat. (Bryman & Bell 2005 s. 15-16)

3.1 Kvalitativ och kvantitativ undersökning

En forskning eller en undersökning inom företagsekonomi kan vara av kvalitativ karaktär. Forskning av kvalitativ karaktär kan vara väldigt varierande och se olika ut beroende på vad som undersöks. I allmänhet när man gör en kvalitativ undersökning lägger man mer tonvikt på insamlingen och analyseringen av materialet än vid kvantitativ undersökning. Bland annat personliga intervjuer, fokusgrupper och observationer hör till metoder som används inom kvalitativ undersökning. Undersökningarna har en obegränsad struktur som resulterar i att insamlad data kan användas för att bygga upp teorier, teoretiska hypoteser eller praktiska arbetshypoteser, med andra ord lösningar och svar som är användbara för tillfället. I övrigt är ord, symboler och handlingar viktigt i kvantitativ undersökning. (Bryman & Bell 2005 s.297-300)

Då man gör en undersökning eller forskning och data som behandlas är i form av siffror, antal, mängd etc. är det frågan om en kvantitativ undersökning. Man är då intresserad av siffror och analysen fokuserar på att upptäcka samband, skillnader och mäta olika jämförelsetal, som t.ex. standardavvikelser, medeltal, median etc. Datat man samlar in analyseras objektivt och instrumentellt. Man kan bland annat undersöka människors beteende

med hjälp av en kvantitativ undersökning. Kvantitativ undersökning har en mer begränsad struktur än kvalitativ undersökning. (Bryman & Bell 2005 s.297)

3.2 Primär- och sekundärdata

Datat man använder sig av i forskningar och undersökningstillfällen kan vara insamlat vid olika tillfällen och beroende på när det är insamlat i förhållande till undersökningen, pratar man om endera primär- eller sekundärdata (Arbnor & Bjerke 1994 s. 241).

Då man använder sig av data som inte finns tillgänglig sedan tidigare och som man inte kan plockas ut från någon databas, talar man om primärdata. Primärdata skapas då man genom olika insamlingstekniker samlar in data för att kunna göra undersökningen. Fördelen med att använda sig av primärdata är att det inte är föråldrat, dock kan det vara mycket tidskrävande. (Bryman & Bell 2005 s.230-231)

Sekundärdata är i sin tur data som redan finns tillgänglig vid den tidpunkt som undersökningen görs. Datat kan finnas i företagens egna databaser och system eller så har data tidigare visats offentligt. Fördelen med att använda sig av sekundärdata är att det finns färdigt och man kan ha tillgång till mycket data. Nackdelen är att det är någon annan som har samlat in materialet och data kan vara gammalt på så sätt att marknaden har ändrat eller till exempel produkter och sortimentet förändrats totalt. (Bryman & Bell 2005 s.230-231)

3.3 Metodval

Detta arbete är en fallstudie av kvalitativ karaktär. De insamlade data och material som kommer att användas om produkterna är historisk sekundärdata. Datat kommer från K-Supermarket Karis-Karjaa eget IT-system.

Undersökningen kommer att basera sig på några olika steg, stegen baserar sig på Bryman & Bell (2005 s.300) schema. Först skall problemen identifieras, i det här fallet gäller K-Supermarket Karis-Karjaas utbud som ifrågasätts. Det är extremt viktigt att problemformuleringen blir rätt, eftersom hela undersökningen baserar sig på den. Steg två är att välja plats eller person, alltså varifrån man skall få data till undersökningen. De två följande stegen är att samla in data samt tolkning av det. Insamlande av data i det här fallet, sker

genom att ta relevanta siffror från K-Supermarket Karis-Karjaa eget IT-system. Datat som är relevant tolkas och analyseras genom en trippel ABC-analys. I steg fem jämförs och kopplas resultatet av tolkningen samt den teoretiska delen ihop. Sista steget i undersökningen är redovisa resultat och slutsatser av undersökningen. Var resultatet av analysen till hjälp och finns det någon användning av resultatet?

3.4 Praktiskt genomförande

Som med nästan allt annat så skiljer sig verkligheten från teorin. I det tidigare kapitlet beskrev jag att undersökningen kommer att basera sig på Byman & Bells schema. Dock kommer verkligheten emot och det går inte alltid att göra allt så som det står i teorin eller som man har planerat. Därför har jag valt att även beskriva hur det här arbetet utförs i praktiken.

Grunden till arbetet var att K-Supermarket Karis-Karjaa ville få hjälp med att få ordning på butikens ostavdelning. I problemformuleringen och i syfte med arbetet lyftes problemen fram och vad som är meningen med det här arbetet. Därefter var det dags att samla in all data som behövdes för att utföra en trippel ABC-analys med de kriterier som jag ansåg var lämpligast gällande det här fallet.

3.4.1 Insamling av data

Som redan i ett tidigare skede framkommit så kommer historisk sekundärdata att användas. Med andra ord data som redan finns i ett system. Eftersom K-Supermarket Karis-Karjaa är en del av Kesko koncernen, använder det sig också av det gemensamma affärssystemet SAP.

SAP programmet möjliggör att olika rapporter kan skrivas ut. Rapporterna kan modifieras efter vad det är man vill veta, man kan bland annat välja vilken period man vill ha, allt från en dag upp till flera år. Därtill kan man välja om rapporten berör hela sortimentet i butiken, ett speciellt segment, alla produkter inom ett segment eller om fallet är unikt och man vill endast få fram om en produkt.

För den här trippla ABC-analysen valde jag att använda mig av en rapport över 2015. Orsaken varför jag valde 2015 var för att jag ville få med en helårsförsäljning med alla

säsonger, det vill säga påsk, midsommar och sommar samt julförsäljningen. För beroende på vilket säsong det är, säljs det olika typer av produkter. I rapporten ingick också alla produkter som tillhör någon av de segment som ingår i ostsortimentet.

Rapporten som jag fick innehöll data om försäljningen av alla ostar som hade sålts under 2015. I rapporten ingick också bland annat antal sålda produkter till både normalpris och kampanjpris, den totala vinsten (förlusten) uttryckt i både euro och procentenhet och till vilken sortimentgrupp produkten tillhör.

Efter att jag tagit ut rapporten på försäljningen av produkter tillhörande ostavdelningen, överförde jag data till Excel. I Excel sorterade jag data och tog endast det data som jag behövde för att kunna göra en dubbel ABC-analys med fokus på försäljningsvinsten och lageromsättningshastigheten, till exempel lämnade jag bort försäljningspris då jag inte har ett behov av att ha priset med då jag gör min analys. Dock märkte jag i ett tidigt skede att de data som ingick i rapporten inte räckte till för att göra en ABC-analys på lageromsättningshastigheten, utan jag behövde ytterligare information om minimilager och inköpsmängd. För att få informationen som saknades från den utskrivna rapporten från SAP, krävdes det en genomgång av alla produkter. Med hjälp av K-Supermarkets Karis-Karjaas handdator och produktkoden kunde jag få upp all information om produkten, bland annat minimilager och inköpsmängd. Information överförde jag sedan till Excel tabellen.

3.4.2 Trippel ABC-analys med Excel

Efter jag hade matat in all data i Excel var följande steg att skapa olika kolumner och att placera in rätt data på rätt plats, det vill säga genom att klippa och klistra. Jag valde att använda mig 19 olika kolumner, nämligen produkt, försäljningspris i medeltal, vinst uttryckt i euro, vinst uttryckt i %, minimilager, inköpsmängd, genomsnittslager och lageromsättningshastighet. Förutom de, adderade jag kolumner för att kunna räkna ut procentandelar, den kumulativa summan samt kolumner var det står om produkten är en A, B eller C produkt. Eftersom jag gjorde en trippel ABC-analys behövde jag kolumner för alla tre kriterierna.

Första kolumnen innehåller alla namn på produkter. Produktnamnen kopierades direkt från rapporten vilket betyder att alla produkter som såldes under 2015 finns med i min

analys. Namnen på produkterna höll jag samma som i rapporten, för att K-Supermarket Karis-Karjaa skall ha lättare att hitta rätt produkt. En del av namnen har jag valt att markera med annan färg, det är för att hålla reda på dem bättre, grönt indikerar på att K-Supermarket Karis-Karjaa har valt att sluta köpa in av produkten, brunt att produkten inte kan beställas in längre och blått av annat intresse.

I följande kolumn, antal sålda produkter, anges den totala försäljningen i antal av produkter för 2015. Siffrorna är tagna direkt ur rapporten och innehåller både antalet sålda till normalpris samt till kampanjpris. Längst ner för kolumnen har jag räknat ihop den totala försäljningen i antal, vilket uppgick till 180 500,6 produkter. Orsaken varför det inte blev ett heltal är på grund av att några ostprodukter säljs i t.ex. 300-400 grams bitar men butiken köper in dem per kilo och inte per bit. Då det står i kolumnen antal sålda produkter är 1,3 betyder det att det har såldas 1,3 kilogram som har varit uppdelat i flera bitar. Så den totala försäljningen överskrider till och med 180 500 produkter.

Tredje kolumnen innehåller försäljningsvinsten i euro. Summan är direkt tagen från rapporten från K-Supermarkets Karis-Karjaas egen databas. Försäljningsvinsten i euro anger den totala vinsten (förlusten) i euro för försäljningen av en produkt över hela år 2015. I vinsten ingår såväl försäljningen till normalpris samt till kampanjpris. Längst ner har jag räknat ihop den totala försäljningsvinsten för alla ostar, den totala försäljningsvinsten kommer jag att behöva i ett senare skede. Några av produkterna var jag tvungen att skriva att försäljningen var noll, istället för den verkliga förlusten. För om jag skulle ha behållit det negativa tal skulle resultatet ha blivit fel eftersom jag inte skulle ha kunna räkna ut den kumulativa summan. Resultatet jag nu istället får är inte heller helt korrekt då jag har ändrat siffrorna, men jag kan räkna den kumulativa summan. Siffrorna jag har ändrat har jag markerat med rött, och oberoende om skulle ha varit det negativa talet eller som nu med en nolla kommer siffrorna att komma längst ner vid sorterings skede. Skillnaden är nu att man inte vet den egentliga ordningen sinsemellan de rödmarkerade produkterna, men då det är produkterna med högsta försäljningsvinsten som står i fokus, spelar det inte så stor roll.

Fjärde kolumnen, försäljningsvinsten i procent anger den procentuella vinsten per enskilda sålda produkt. Det vill säga om det står att en av produkterna har en försäljningsvinst på 35,2 % betyder det att per såld produkt är försäljningsvinsten 35,2 %. Även den

är tagen direkt ur rapporten och är ett medeltal av försäljningsvinsten för försäljningen till normalpris och till kampanjpris. Dock var jag tvungen att lämna bort procenttecknet efter talen i kolumnen, annars hade inte jag inte kunnat göra vidare uträkningar i Excel. Precis som i tredje kolumnen räknade jag ihop alla tal längst ner, men till skillnad från försäljningsvinsten i euro, säger det här talet ingenting och är i verkligheten helt meningslöst men för att kunna göra en ABC-analys är jag tvungen att räkna ut en total summa. Precis som i föregående kolumn, har jag markerat de produkter med rött, som jag var tvungen att ändra då de hade en negativ försäljningsvinst. Innebörden är den samma och vid vidare uträkningar och uppdelning kommer produkterna tillslut att placeras längs ner.

I följande kolumn, F kolumnen har jag använt mig av en formel för att få ut det data som finns där. Jag har räknat ut produktens försäljningsvinst i förhållande till den totala försäljningsvinsten i euro. Med andra ord tagit vinsten i euro från kolumn D dividerat med den totala vinsten i cell D496. Även den här gången räknade jag ihop hela kolumnen men för att jag ville kontrollera att jag har räknat rätt, då den totala summan inte skall bli något annat än 100 %.

Kolumn G har jag gjort i princip lika som i kolumn F, men istället för att räkna ut försäljningsvinsten i euro räknade jag ut försäljningsvinsten i procent. Då har jag helt enkelt tagit produktens försäljningsvinst angett i procent i förhållande till summan jag räknade ihop längst ner i kolumn E. Svaret jag får är produktens andelar av den ”totala försäljningsvinsten angett i procent”.

De två följande kolumnerna, H och I, har jag gjort lika men använt olika data. I H kolumnen har jag räknat i hop den kumulativa summan för försäljningsvinsten i euro, medan i I kolumnen har jag räknat ihop kumulativa summan för försäljningsvinsten angett i procent. Den kumulativa summan har jag räknat ut efter att jag har sorterat försäljningsvinsten. Då jag räknade kumulativa summan för försäljningsvinsten i euro först, sorterade jag F kolumnen med försäljningsvinsten i förhållande till den totala försäljningsvinsten, så att produkten med högsta försäljningsvinsten placerades överst och lägsta längst ner. Produkten med högsta försäljningsvinsten fick samma tal i både F2 och H2, medan de andra adderade jag andelen från totala försäljningen med talet ovanför. Sista produkten fick en kumulativ summa på 100 % vilket den också skall få. För kolumnen I, skedde samma

process, men istället rangordnas produkterna enligt försäljningsvinsten angett i procent och förhållandetalet (kolumn E).

I nionde kolumnen, kolumn J innehåller resultatet ifall produkten är en A-, B- eller C-produkt efter kriteriet försäljningsvinsten i euro. Jag har rangordnat och kategoriserat produkterna efter den kumulativa summan i kolumn H. Produkter med en kumulativ summa under 80 % har jag rangordnat som A-produkter, B-produkter efter kumulativ summa på 80-94,999 % och produkter med en kumulativ summa med 95 % eller högre som C-produkter.

I kolumn K har jag rangordnat och kategoriserat produkterna enligt den kumulativa summan av försäljningsvinsten i procent. Jag använde mig av samma metod och gränser som jag använde mig vid kategorisering av produkter enligt försäljningsvinsten i euro.

Kolumn L berättar produkternas minimilager som man pratar om i K-Supermarket Karis-Karjaa, minimilager eller säkerhetslagar som man också kan säga. Minimilagret bestäms av köpmannen själv eller av personen som är ansvarig för avdelningen, dock ligger det ingen egentlig uträkning bakom talet. I det här fallet fanns inte minimilagret för produkterna på rapporten, utan jag var tvungen att gå igenom alla produkter skilt för sig i data-systemet för att få minimilagret för produkterna.

Kolumn M, inköpsmängd är hur stor den sekundära förpackningen är som kommer från leverantören. Så inköpsmängden kan inte vara mindre per beställning, utan butiken måste beställa in minst den mängd som har angetts. Inköpsmängden kommer att behövas för att kunna räkna ut genomsnittslager.

Följande kolumn, genomsnittslager måste jag räkna ut för att kunna räkna ut lageromsättningshastigheten. Genomsnittslager kan man räkna ut på flera olika sätt vilket även beskrivs i teoridelen, men jag valde att använda mig av minimilager plus inköpsmängd dividerat i två, då jag anser att det i här fallet är lämpligast. I praktiken adderade jag vad som stod i kolumn L per produkt med kolumn M och dividerade det med två. Orsaken varför jag valde den här metoden var för att jag ansåg att den var lämpligast, då det sker väldigt ofta att man använder sig av minimilagret i butiken.

Kolumn O som är lageromsättningshastigheten, är en uträkning av antalet sålda produkter (kolumn B), dividerat med genomsnittslager. Lageromsättningshastigheten räknade jag

ut då tredje delen av analysen baserade sig på det kriteriet. Lageromsättningshastigheten berättar hur många gånger produkten byts under ett år. Längst ner i kolumnen har jag åter räknat ihop alla värden, dock säger det totala värdet ingenting utan är bara ett tala för att kunna göra vidare uträkningar.

I kolumn P räknade jag som i kolumn F och G, förhållande mellan produktens lageromsättningshastighet och det totala värdet för lageromsättningshastigheten. Det här gjorde jag för att kunna sedan räkna den kumulativa summan som behövs för att kategorisera produkterna.

Jag räknade sedan ut den kumulativa summan i kolumn Q, efter att jag har sorterat produkterna enligt största till minsta värdet enligt andelar av den totala lageromsättningshastigheten. Det vill säga jag sorterade kolumn P, för att få produkten med högsta lageromsättningshastigheten överst. Produkten med högsta lageromsättningshastigheten kopierade jag från P cellen till Q, medan resterande produkter adderade jag P cellens tal med talet ovanför i Q kolumnen. Sista produkten i bör ha en kumulativ summa på 100 % i Q kolumnen.

Kolumn R, ABC-analys enligt lageromsättningshastigheten, beskriver vilken rang produkten har enligt kriteriet lageromsättningshastighet. Här använd jag mig igen av samma indelning som i de två övriga kolumnerna J och K. A-produkter har en kumulativ summa på under 80 %, B-produkter ligger mellan 80 % till 94,999 % och C-produkter 95 % - 100 %.

Två sista kolumnerna har jag utfört en dubbel ABC-analys och en trippel ABC-analys. Den dubbla ABC-analysen i kolumn S, baserar sig på kriterierna försäljningsvinst i procent och lageromsättningshastigheten. Jag har sedan kopierat vilken rangordning produkten har fått i kolumn K och adderar rangordningen från kolumn R. Så ifall en produkt är kategoriserad som BA-produkt, syftar B:et på försäljningsvinsten angett i procent och A:et på lageromsättningshastigheten.

Kolumn T, med min trippel ABC-analys kopierade jag S kolumnen och adderade till rangordningen från det tredje kriteriet, nämligen försäljningsvinsten i euro. Så ifall en produkt är en BCA-produkt, syftar B:et på försäljningsvinsten angett i procent, C:et på lageromsättningshastigheten och A: et på försäljningsvinsten i euro.

Skalan hur man rangordnar produkterna kan variera och man kan själv välja hur man vill rangordna dem, dessutom behöver man inte rangordna alla kriterier efter samma skala. Jag valde dock att använda skalan 0 – 79,999 %, 80 – 94,999 % och 95 – 100 % för alla tre kriterier. Jag valde just den här skalan inte enbart för att den är det vanligaste, utan jag ville också se huruvida teorins stämmer överens med 80/20-regeln.

På grund av sekretesskäl har jag valt att inte visa några av kolumnerna i bilaga 2. Dock visar bilaga 2 hur jag har ställt upp Excel-filen så att man får en bättre bild av det jag har beskrivit tidigare i det här kapitlet. Ur bilagan kan man likväl läsa det slutliga resultatet av den utförda ABC-analysen.

4 K-SUPERMARKET KARIS-KARJAA

K-Supermarket Karis-Karjaa är en livsmedelsbutik belägen mitt i Karis centrum. Nuvarande ägare är M & M Pettersson Oy, varav en av ägaren, Mikael Pettersson även är köpman. Pettersson har drivit butiken sedan 2006, dock har det drivits butiksverksamhet mycket längre än så i byggnad.



Figur 5 K-Supermarket Karis-Karjaa (Lindberg 2014)

K-Supermarket Karis-Karjaa erbjuder kunderna inte endast livsmedelsprodukter, utan till butikens tjänster hör också färskvaror från butikens egna delikatesstorg med köttmästare,

utkörning av butiksbeställningar, Veikkaustjänster, samt posttjänster efter att M & M Pettersson Oy övertog postens tjänster då postkontoret i Karis stängdes.

Efter att M & M Pettersson Oy genomförde en stor renovering för K-Supermarket Karis-Karjaa 2014 rymmer butiken, som är knappt 400 m², ungefär 15 000 produkter som finns dagligen till förfogande för kunderna. Utöver det finns det produkter som kunden kan få genom att beställa via butiken, bland annat produkter från lokala bagerier.

M & M Pettersson Oy, har 28 heltidsanställda som jobbar i K-Supermarket Karis-Karjaa, där ingår även personalen som jobbar i delikatesstorget samt postavdelningen. Förutom de heltidsanställda finns det studerande som jobbar veckoslut samt under högsäsonger. 2015 omsatte M & M Pettersson Oy 12,1 miljon euro vilket var en ökning på 456 000 euro från året innan.

4.1 Teorikoppling

För att få ut så mycket som möjligt av det här arbetet var det viktigt att välja en bra och väl beskrivande teori. Främst har jag använt mig av teoretiska böcker gällande logistik och ekonomistyrning, men även vetenskapliga och vanliga artiklar från internet har kommit till bra användning.

Orsaken varför jag har valt den teori som jag har valt är på grund av att jag anser att teorin är mycket viktig. För saknar man grunden så kommer man inte kunna göra rätt undersökning och resultatet kan bli väldigt missvisande. Bristande kunskap kan också leda till att tolkande av resultatet kan bli bristfälligt eller direkt fel. Därför anser jag att den utvalda teorin skall läsas igenom för att man skall få ut så mycket som möjligt av resultatet.

Lönsamhet är en term som redan har och kommer att nämnas flera gånger. Därför anser jag att det är viktigt att redan i ett tidigt skede förklara vad lönsamhet innebär. För som i teoridelen poängterades finns det ingen tydlig definition eller gräns för lönsamhet, vilket kan leda till att många gör egna tolkningar. I resultatdelen kommer jag dessutom att plocka fram de ostar som har en hög försäljningsvinst, vilket är väldigt nära kopplat till lönsamhet.

I teoridelen förklarades också bundet kapital, som är sammankopplat med lagerhållning och lageromsättningshastighet. I det här fallet är det väldigt viktigt att läsaren vet och

förstår vad bundet kapital betyder och kan koppla ihop det med lagerhållning. För om kunskapen saknas, mistar det här arbetet mycket av sin betydelse och resultatet kanske inte får den inverkan den borde ha.

Kapitlet om ABC-analys och utvecklad ABC-analys är en självklarhet. För hela arbetet bygger på trippel ABC-analys och då bör det också ingå vad en ABC-analys är hur den har vuxit fram. Teorin bakom ABC-analysen är också väldigt viktigt, för att läsaren skall kunna förstå vad de olika produkterna står för. För utan det kan det vara väldigt svårt att veta vad skillnaden är mellan en A- och B-produkter eller en AB- och CA-produkt.

Jag anser att det är en förutsättning att man läser igenom teoridelen av det här arbetet innan man börjar läsa resultatet. För även om man tycker sig veta vad allting handlar om, händer det sig att man endast vet bara en del.

4.2 Resultatet av ABC-analysen

I teoridelen förklarades det vad en ABC-analys går ut på och hur den kan variera beroende på vad man vill få ut av den. I metodikdelen beskrevs det hur jag gick tillväga för att lösa mitt problem och få ett resultat som kunde vara användbart och till nytta för att kunna lösa problemet. Kvar återstår resultatet av analysen och vad analysen egentligen säger. Jag kommer först att presentera resultatet från min dubbla ABC-analys, där försäljningsvinsten i procent och lageromsättningshastigheten är kriterierna och sedan resultatet från den trippla ABC-analysen där även försäljningsvinsten i euro ingår.

I teorin framgick det att det är A-produkterna som företag skall fokusera sig på, medan B-produkterna kan bli potentiella A-produkter, medan C-produkter är produkter som företag inte skall lägga ner allt för mycket tid på. Från resultatet av den dubbla ABC-analys så är det AA-produkterna som är intressantast och efter dem AB- och BA-produkterna. CC-, BC- och CB-produkterna är produkter som K-Supermarket Karis-Karjaa inte skall lägga så mycket tid på eller som kan tänkas tas bort från butikens sortiment.

Från den trippla ABC-analysen är det främst AAA-produkterna som K-Supermarket Karis-Karjaa skall fokusera på. Om tid finns så är det heller inget fel att se över AAB-, ABA- och BAA-produkterna regelbundet.

Jag valde att kategorisera och analysera produkterna enligt försäljningsvinsten och lageromsättningshastigheten. Så produkter som kan kategoriseras som AA-produkter är produkter med både hög försäljningsvinst i procent samt hög lageromsättningshastighet, första A:et syftar på försäljningsvinst i procent och andra A:et på lageromsättningshastigheten. AB-produkter är i sin tur produkter med hög försäljningsvinst men med något sämre lageromsättningshastighet, då den andra bokstaven är ett B, än AA-produkterna. BA-produkter är tvärtom, det vill säga något lägre försäljningsvinst men hög lageromsättningshastighet. Förutom de ovanförnämnda finns det också produkter som kan kategoriseras som AC-, BC-, CA-, BC- och CC-produkter.

För att analysen skulle vara så verklighetstrogen som möjligt valde jag att även ha med produkter som det saknades information om. Orsaken varför det saknades information om produkterna kunde bero på att produkten har utgått från sortimentet, förpackningsstorlek har ändrat, en ny produktkod tagits i bruk eller att K-supermarket Karis-Karjaa har valt att köpa in av produkten endast under en kortare tid. Då information saknades kategoriseras produkten till en C-produkt, vilket betyder att den är en mindre viktig produkt.

Förutom att jag behöll alla produkter i analysen som hade sålts under 2015 oberoende om de saknades information om dem, var jag tvungen att göra ett annat beslut, nämligen hur jag skulle räkna inköpsmängden. Jag valde att räkna med minsta möjliga, dock vet jag att många av produkterna kommer i större kvantitet på en gång, alltså flera sekundära förpackningar men då det kan varieras från gång till gång och från dag till dag använde jag minsta möjliga för då blir det inte fel.

En annan fråga som dök upp under analysen gång, var om försäljningsvinsten skulle jämföras i euro eller i procent. För beroende på om man väljer att jämföra och rangordna försäljningsvinsten enligt euro eller procent får man olika resultat. En ost kan ha en hög försäljningsvinst men om antalet sålda är få så blir den totala försäljningsvinsten låg i euro, eller sen kan det vara tvärtom, en ost säljer bra och den totala vinsten i euro blir hög, men per ost är den procentuella andelen ändå väldigt låg. Jag valde att kategorisera produkterna enligt båda alternativen, då jag presenterar den dubbla ABC-analysen använde jag mig av försäljningsvinsten angett i procent. Orsaken var på grund av att så var meningen från början och i det här fallet är det också lämpligast.

Slutresultatet av min dubbla ABC-analys över ostavdelningen är att det är det finns produkter tillhörande alla kategorier. Produkter med bra lageromsättningshastighet men låg försäljningsvinst och tvärtom också. Därtill finns det produkter som företaget bör hålla koll på då de har både hög försäljningsvinst och hög lageromsättningshastighet.

Under år 2015 hade K-Supermarket Karis-Karjaa 493 olika ostar i sitt sortiment. Alla ostar fanns inte under hela året, utan en del av dem var säsongprodukter, kampanjprodukter eller provprodukter. Totalt gav analysen 114 AA-produkter, 44 AB-produkter och 39 BA-produkter (se bilaga 2) och det är framför allt de här produkterna som K-Supermarket Karis-Karjaa skall fokusera på, då både försäljningsvinsten i procent per produkt är hög samt hög lageromsättningen. Precis som tidigare syftar första bokstaven på försäljningsvinsten angett i procent och andra bokstaven på lageromsättningshastigheten,

Kategori	AA	AB	BA	BB	AC	BC	CA	CB	CC
Antal	114	44	39	11	190	39	27	5	24

Tabell 1 Fördelningen av dubbla ABC-analysen

Då materialet redan fanns färdigt i Excel var det inte så svårt att även lägga till en tredje faktor, det vill säga att bygga ut den dubbla ABC-analysen till en trippel ABC-analys. I det här fallet var det att addera försäljningsvinsten i euro. Så de produkter som lönar sig för K-Supermarket Karis-Karjaa är de produkter med en hög försäljningsvinst angett i procent, en hög lager omsättningshastighet och även en hög försäljningsvinst angett i euro.

Analysen gav resultatet, 95 stycken AAA-produkter, 19 AAB-produkter, 22 ABA-produkter och 32 BAA-produkter. Med ytterligare ett kriterium blir analysen mycket bredare och flera kategorier uppstår, vilket kan vara både en för- och nackdel för företaget. Dock är det de fyra ovannämnda kategorierna av produkter som K-Supermarket Karis-Karjaa skall fundera på, då det är de produkter som både säljer bra, och har bra vinst såväl i euro samt i procent. Även här står första bokstaven för försäljningsvinsten angett i procent, andra för lageromsättningshastigheten och tredje bokstaven för försäljningsvinsten i euro.

Kategori	AAA	AAB	ABA	BAA
Antal	95	19	22	32

Tabell 2 Fördelningen av trippla ABC-analysen

4.2.1 Rekommendationer

Min rekommendation, efter trippla ABC-analysen ovan som baserar sig på försäljningsvinsten och lageromsättningshastigheten, är att K-Supermarket Karis-Karjaa skall främst fokusera på AAA-produkterna. AAB-, ABA- och BAA-produkterna är de som kommer som följande och skall relativt regelbundet och ofta ses över. För det är just bland de nämnda produkterna som butiken kan effektivisera sin avdelning och få en bättre lönsamhet.

K-Supermarket Karis-Karjaa bör speciellt se till att de produkter som kategoriseras som AAA-, AAB-, ABA- och BAA-produkter inte tar slut i lager eller på hyllan. I teoridelen framgick det att det är vanligtvis butikernas eget fel att produkterna på hyllan tar slut och då vi nu vet vilka produkter som är lönsamma är det extremt viktigt att dessa finns att tillgå. Dessutom är det viktigt att produkterna finns på hyllan, för om samma produkt ofta är slut ger kunderna upp och går till en annan butik för att köpa produkten.

En bra början är att se till att de lönsamma produkterna inte tar slut, de vill säga att se till att minimilagret är tillräckligt högt. Ett förslag skulle vara att räkna ut det optimala säkerhetslagret istället för att pröva sig fram och gissa sig till det. I teoridelen framgick det precis hur K-Supermarket Karis-Karjaa skulle kunna gå tillväga för att komma fram till det optimala säkerhetslagret. Butiken bör också tänka över vilken säsong det är, för t.ex. Joulugouda säljer knappast så bra över sommaren medan salladsost säljer sommartid desto mer.

K-Supermarket Karis-Karjaa skulle också kunna dra nytta av att se över inköpsrutinerna för produkterna som tillhör de bra kategorierna. Om inköpsmängderna inte är i sin ordning spelar det ingen roll om säkerhetslagret är rätt utan leder endast till att butiken har

för små eller förstora lager. Dessutom har det visat sig att med bra inköpsrutiner kan företag spara en hel del gällande såväl pengar som tid, något jag också tror K-Supermarket Karis-Karjaa skulle vara intresserad av.

För att hitta en bra inköpsmängd kan man använda sig av EOQ-modellen, dock kanske det är ett väldigt tidskrävande alternativ för K-Supermarket Karis-Karjaa att räkna ut EOQ för alla produkter i ostsortimentet. Något som butiken använder sig redan av är ett automatiskt varupåfyllningssystem, nämligen SAP. En effektivare användning av systemet skulle redan vara en bra lösning. Bland annat måste K-Supermarket Karis-Karjaa se till att lagersaldona alltid är rätt, för redan minsta lilla fel kan ge fel prognos vilket leder till att beställningsmängden kan bli fel. Ytterligare kunde K-Supermarket Karis-Karjaa se över leveranserna, vill man att det kommer ost varje dag i små mängder eller skulle det vara en bättring att det kommer flera sekundära förpackningar på en gång istället. För t.ex. ostar där lageromsättningen stiger till 300, lönar det sig att köpa in lite mera på en gång.

För att ytterligare öka lönsamheten och få ett bättre resultat kunde K-Supermarket Karis-Karjaa göra prissänkningar gällande ABA- och ACA-produkter för att få en bättre lageromsättningshastighet för just de produkterna. För nu kan det vara att en del av produkterna har en något lägre lageromsättningshastighet på grund av att kunderna anser att priset är för högt och därför väljer en billigare ost med lägre försäljningsvinst, eller i värsta fall går över till konkurrenten.

Sedan finns det alltid små ändring som K-Supermarket Karis-Karjaa kan göra. Till exempel kan man flytta ostar med hög försäljningsvinst till synligare platser på hyllan, så att flera kunder ser på dem och blir nyfikna. Även mer marknadsföring kan öka kundintresse samt öka lageromsättningshastigheten.

En annan bra idé kunde vara att se över de produkter som inte säljer så bra. Eftersom K-Supermarket Karis-Karjaa har ett begränsat utrymme för ostarna, kunde man kanske byta ut några av de ostar som varken har bra försäljningsvinst eller lageromsättningshastighet och istället ta in nya ostar. För kunderna söker hela tiden nya produkter och med ett annorlunda och nytt sortiment kan man locka kunderna att konsumera mera.

Slutligen vill jag påminna att även om en del produkter i den här trippla ABC-analysen kategoriserade som tillexempel ACB-, BBA- eller BAB-produkter behöver inte K-Supermarket Karis-Karjaa se över dem. För det kan vara att produkterna ofta är på kampanj och därför inte har en hög försäljningsvinst, men kunderna förväntar sig ändå att de finns på hyllan. Det kan även vara frågan om produkter som är relativt nya och inte ännu är kända och marknadsförda bland kunderna.

5 SLUTSATS

Syftet med det här examensarbetet var att kartlägga K-Supermarket Karis-Karjaas utbud av ostar. Uppdraget fick jag för att K-Supermarket Karis-Karjaa vill kunna erbjuda ett sortiment som kunderna är intresserade av och som även är konkurrenskraftigt mot de övriga livsmedelsbutikerna i samma stad. För att hitta en lösning och komma med rekommendationer har jag behandlat olika teorier samt utfört en trippel ABC-analys. Till följande kommer en kort sammanfattning av arbetet och till sist en kort avslutning med idéer hur K-Supermarket Karis-Karjaa kunde gå tillväga i framtiden.

5.1 Sammanfattning

Idag är det en stor utmaning för alla företag att kunna uppfylla konsumenternas önskemål. Det gäller även livsmedelsbutikerna, där kunderna väntar sig ett brett sortiment med valmöjligheter av färska varor till ett förmånligt pris. K-Supermarket Karis-Karjaa som är en bland många livsmedelsbutiker i Karis, tampas dagligen med de här kraven från kunderna.

Syftet med det här examensarbetet, som är ett uppdrag av K-Supermarket Karis-Karjaa är att kartlägga alla produkter i butikens osts Sortiment. Därtill jämföra ostarna med en trippel ABC-analys, för att hitta de produkter som K-Supermarket Karis-Karjaa bör fokusera på för att få en mer lönsammare verksamhet.

För att kunna kartlägga och utföra en trippel ABC-analys behövdes det data. I det här arbetet användes försäljningsdata från 2015, från K-Supermarket Karis-Karjaas eget IT-

system. Ur systemet plockades all information om alla produkter som tillhör ostsortimentet, som behövdes för att kunna göra en analys över produkternas försäljningsvinst både i euro och i procent samt lageromsättningshastigheten.

Innan man kan göra en analys måste man dock veta vad som är lönsamt och vad lönsamhet innebär, för det är många idag som inte har en aning om det. Även lagerverksamhet och hur kapitalet är bundet i lager kan vara en mycket avgörande faktor för företag och kan ha en stor inverkan på lönsamheten. Därför kan det vara bra att se över lager och säkerhetslager samt handlingar kring dem som t.ex. inköpsrutiner och inköpsmängder.

För själva utförande av den trippla ABC-analysen användes Excel programmet som hjälpmedel. I Excel sorterades produkterna och en kumulativfrekvens räknades ut. På basis av den kumulativa frekvensen kunde produkterna bli indelade i A-, B- eller C-kategorier per kriterium och då det i det här fallet handlade om en trippel ABC-analys fanns det tre kriterier, försäljningsvinsten per produkt i procent, lageromsättningshastigheten och försäljningsvinsten i euro. Indelningen av den kumulativa frekvensen baserade sig på 80/20 regeln, och ger därför att 20 % av produkterna står för 80 % av insatsen och kan klassas som A-produkter, B-produkterna står för 15 % och C-produkterna för resterande 5 % av insatsen.

Det här examensarbetet är en fallstudie av kvalitativ karaktär. Jag har analyserat och tolkat resultatet av ABC-analysen, som från början var planerad att vara en dubbel men utvecklades under arbetets gång till en trippel. Jag har även kommit med rekommendationer, som baserar sig på resultatet från analysen, som kan hjälpa K-Supermarket Karis-Karjaa att få en lönsammare verksamhet för ostavdelningen.

5.2 Avslutning

Efter att ha gjort det här arbetet kan man ställa sig frågan, skulle jag ändra på något om jag skulle påbörja skrivande av arbetet nu? Här kan jag svara både ja och nej. Gällande tidsplaneringen och tidsanvändningen skulle jag inte göra några stora förändringar. Jag började planera arbetet i slutet av 2015 och fick teoridelen så gott som klar till julen 2015. De övriga delarna och en finslipning gjorde jag under våren 2016 för att kunna slutföra mitt arbete före sommaren 2016.

I är själva analysen skulle jag göra små förändringar. Av de kriterier som användes i ABC-analysen, var det endast två som var menade från början medan det tredje kriteriet, försäljningsvinsten i euro, uppstod under arbetets gång. Där här ledde till att två av kriterierna var väldigt lika varandra. Så om jag skulle göra om samma arbete kanske jag hade valt ett annat kriterium istället för försäljningsvinsten i euro.

I övrigt är jag nöjd med teoridelen. Teoridelen innehöll nödvändig informationen som analysen byggde på och som jag kunde ta stöd av då jag gjorde mina rekommendationer åt K-Supermarket Karis-Karjaa. Utöver det var teorin mycket nyttig och lärorik och jag hoppas att läsaren får lika mycket ut av den som jag har fått.

Jag kan inte vara mer än nöjd med det data jag fick tillgång till. Jag fick i princip all den informationen som jag ville ha. Dock kunde insamlande av informationen ha gått smidigare, eftersom det var tidsdrygt att gå igenom alla produkter för att få fram minimilager och inköpsmängd.

5.2.1 Fortsatta idéer

ABC-analys är ett bra hjälpmedel och vilket har konstaterats under arbetets gång. För K-Supermarket Karis-Karjaa kunde det vara en möjlighet att göra en ABC-analys av dubbel eller trippel karaktär, för alla avdelningar. Det här skulle möjliggöra en bättre överblick av avdelningarna och kunna resultera i ett bättre utbud och lönsammare verksamhet. Ser man enbart på försäljningsrapporten, kanske man inte ser hela helheten utan blir blind av endera de höga försäljningssiffrorna eller av en hög försäljningsvinst.

Förutom ABC-analys för att alla avdelningar, kunde man också se över hela butikens lönsamhet. Här kunde K-Supermarket Karis-Karjaa använda sig av DuPont-modellen som nämndes tidigare. Utöver resultatet skulle man också få en god uppfattning om hur mycket kapital som är bundet i lager.

För ostavdelningen kunde det vara en idé att göra en dubbel ABC-analys två gånger om året. En analys inför sommarsäsongen då försäljningen av bland annat grillost och salladsost ökar markant samt en inför höst- och vintersäsongen då det är ett annat utbud kunderna är intresserad av. Även inköpsmängderna samt minimilagret kunde ses över

oftare för att få en lönsammare avdelning. En dubbel ABC-analys kunde vara att föredra före en trippel som resulterar i färre grupper och är lättare att analysera.

Ett annat förslag som K-Supermarket Karis-Karjaa kunde fundera över är att man skulle göra en ABC-analys där svinnmängden stor i fokus. För då ABC-analysen är ett mycket flexibelt verktyg kunde man fokusera på andra kriterier också, och som det ser ut idag så är svinn något väldigt omdiskuterat och som kunderna blir allt mer medvetna om. Det här skulle K-Supermarket Karis-Karjaa kunna dra nytta av då man kan både spara pengar genom att inte låta lika mycket gå till svinn samt skapa ett bättre rykte bland kunderna.

KÄLLOR

- Andersson, Jan-Olof; Ekström, Cege; Enqvist, Jöran & Jansson, Rolf. 2009, *E2000 Bas-kurs i Företagsekonomi Basbok 2*, 7 uppl., Malmö: Liber AB, 319 s.
- Arbnor, Ingeman & Bjerke, Björn, 1994, *Företagsekonomisk metodlära*, 2 uppl., Lund: Studentlitteratur, 563 s.
- Aronsson, Håkan; Ekdahl, Bengt & Oskarsson, Björn. 2004, *Modern logistik – för ökad lönsamhet*, 2 uppl., Malmö: Liber Ekonomi, 286 s.
- Broman, Joacim. 2014, *Utveckling av lagerverksamhet med hjälp av dubbel ABC- analys*, Examensarbete, Helsingfors: Arcada, Företagsekonomi.
- Bryman, Alan & Bell, Emma. 2005, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 1 uppl., Malmö: Liber Ekonomi, 621 s.
- Cavonius, Sonja. 2011, *Fungerade webb- butik med hjälp av en trippel ABC- analys*, Examensarbete, Helsingfors: Arcada, Företagsekonomi.
- Eslaminasab, Z & Dokoochaki, T. 2012, *ABC inventory classification with multiple-criteria using weighted non-linear programming*, International Scientific Publications and Consulting Services.
Tillgänglig: <http://www.ispacs.com/conferences/journals/cjac/001/cjac-001-028/article.pdf> Hämtad 26.4.2016
- Företagsekonomi A. 2004, *Ekonomisk formelsamling*, Nationellt centrum för flexibelt lärande.
Tillgänglig: <http://www.kursnavet.se/kurser/fe1202/M01-intro/M01-s09-formelsamling.htm> Hämtad 24.4.2016
- Gustaffson, Kerstin; Jönson, Gunilla; Smith, David & Sparks, Leigh. 2006, *Retailing Logistics & Fresh Food Packaging*, London: Kogan Page Limited, 229 s.
Tillgänglig: www.iibms.org/pdf/Ebooks/Retailing%20Logistics.pdf
Hämtad 3.12.2015
- Jonsson, Patrik & Mattsson, Stig-Arne. 2011, *Logistik – Läran om effektiva materialflöden*, 2 uppl., Lund: Studentlitteratur AB, 457s.
- K-Plussa. 2015, *K-Plussa-kaupat ja kumppanit lähellä sinua*.
Tillgänglig: <http://kartta.plussa.com/> Hämtad 4.12.2015
- Kärkkäinen, Mikko & Småros, Johanna. 2009, *Bättre lönsamhet i detaljhandeln genom effektivare varupåfyllning!*, Relex.

- Tillgänglig: <https://www.relexsolutions.com/wp-content/uploads/2014/09/relex-battre-lonsamhet-i-detaljhandeln-SE-WP.pdf> Hämtad 6.12.2015
- Lindberg, Robin. 2014, *K-supermarket i Karis piffas upp för en miljon*, YLE.
Tillgänglig: <http://svenska.yle.fi/artikel/2014/10/01/k-supermarket-i-karis-piffas-upp-en-miljon> Hämtad 24.4.2016
- Lindberg, Tobias. 2012, *Placering av lönsamma produkter i ett varuhus*, Examensarbete, Helsingfors: Arcada, Företagsekonomi.
- Lindskog, Magnus. 2013, *Lagermodeller & produktvärden*, Linköpings universitet.
Tillgängligt: <http://kts.itn.liu.se/kurser/tng018-ht2013/filarkiv-tng018/forelasningar/1.510141/F5-Lagermodellerochproduktvrden.pdf> Hämtad 24.4.2016
- Lumsden, Kenth. 1998, *Logistikens grunder*, Lund: Studentlitteratur AB, 682 s.
- Mansour, Nadja. 2014, *Inköp av livsmedel i restaurangbranschen*, Examensarbete, Helsingfors: Arcada, Företagsekonomi.
- Mattsson, Stig-Arne. 2002, *Logistik i försörjningskedjor*, Lund: Studentlitteratur AB, 437 s.
- Mohan, V E. 2016, *Warehousing & Inventory Management, Post Graduate Diploma in Supply Chain Management*, CII Institution of Logistics, Chennai.
Tillgänglig: <http://ciilogis-tics.com/coursware/sem2/Warehousing.pdf>
Hämtad 6.12.2016
- Pewe, Ulf; Berglind, Göran; Paulsson, Claes & Pirsko, Thomas. 2002, *Lönsam logistik*, Stockholm: Industrilitteratur AB, 599 s.
- Reh, F John. 2005, *"Pareto's Principle-The 80-20 Rule"*, Business Credit, vol. 107, no. 7, s. 76. Tillgänglig: ABI/INFORMA Complete Hämtad 5.12.2015
- Ritvanen, Virpi; Inkiläinen, Aimo; von Bell, Anders & Santala, Jouko. 2011, *Logistii-kan ja toimitusketjun hallinnan perusteet*, Reijo Rautauoman ssäatiö, 252 s.
- Rudberg, Martin. 2011, *Artikkelklassificering*.
Tillgänglig: http://www.optilon.se/Global/Dokument/Artikel_Artikkelklassificering.pdf Hämtad 6.12.2015
- Skärvad, Per-Hugo & Olsson, Jan. 2013, *Företagsekonomi 100*, 16 uppl., Malmö: Liber AB, 486s.
- Storhagen, Nils G. 2003, *Logistik – grunder och möjligheter*, Malmö: Liber Ekonomi, 335 s.

- Thilman, Petra. 2015, *Varuboden-Osla vill bygga Prisma i Karis*, Yle Nyheter 26.6.2015.
Tillgänglig: <http://svenska.yle.fi/artikel/2015/06/24/varuboden-osla-vill-bygga-prisma-i-karis> Hämtad 4.12.2015
- Vuorela, Heikki. 2015, *K-ryhmä ostaa 643 lähikauppaa*, Maaseudun Tulevaisuus 20.11.2015
- Waters, Donald. 2003, *Logistics, An Introduction to Supply Chain Management*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 354 s.

BILAGA 1 SAMBAND MELLAN SERVICENIVÅ OCH SÄKERHETSFAKTOR

Normalfördelningen:

z	0,00	0,01	0,02	0,03	0,04	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09
0,0	0,500	0,504	0,508	0,512	0,516	0,520	0,524	0,528	0,532	0,536
0,1	0,540	0,544	0,548	0,552	0,556	0,560	0,564	0,567	0,571	0,575
0,2	0,579	0,583	0,587	0,591	0,595	0,599	0,603	0,606	0,610	0,614
0,3	0,618	0,622	0,626	0,629	0,633	0,637	0,641	0,644	0,648	0,652
0,4	0,655	0,659	0,663	0,666	0,670	0,674	0,677	0,681	0,684	0,688
0,5	0,691	0,695	0,698	0,702	0,705	0,709	0,712	0,716	0,719	0,722
0,6	0,726	0,729	0,732	0,736	0,739	0,742	0,745	0,749	0,752	0,755
0,7	0,758	0,761	0,764	0,767	0,770	0,773	0,776	0,779	0,782	0,785
0,8	0,788	0,791	0,794	0,797	0,800	0,802	0,805	0,808	0,811	0,813
0,9	0,816	0,819	0,821	0,824	0,826	0,829	0,831	0,834	0,836	0,839
1,0	0,841	0,844	0,846	0,848	0,851	0,853	0,855	0,858	0,860	0,862
1,1	0,864	0,867	0,869	0,871	0,873	0,875	0,877	0,879	0,881	0,883
1,2	0,885	0,887	0,889	0,891	0,893	0,894	0,896	0,898	0,900	0,901
1,3	0,903	0,905	0,907	0,908	0,910	0,911	0,913	0,915	0,916	0,918
1,4	0,919	0,921	0,922	0,924	0,925	0,926	0,928	0,929	0,931	0,932
1,5	0,933	0,934	0,936	0,937	0,938	0,939	0,941	0,942	0,943	0,944
1,6	0,945	0,946	0,947	0,948	0,949	0,951	0,952	0,953	0,954	0,954
1,7	0,955	0,956	0,957	0,958	0,959	0,960	0,961	0,962	0,962	0,963
1,8	0,964	0,965	0,966	0,966	0,967	0,968	0,969	0,969	0,970	0,971
1,9	0,971	0,972	0,973	0,973	0,974	0,974	0,975	0,976	0,976	0,977
2,0	0,977	0,978	0,978	0,979	0,979	0,980	0,980	0,981	0,981	0,982
2,1	0,982	0,983	0,983	0,983	0,984	0,984	0,985	0,985	0,985	0,986
2,2	0,986	0,986	0,987	0,987	0,987	0,988	0,988	0,988	0,989	0,989
2,3	0,989	0,990	0,990	0,990	0,990	0,991	0,991	0,991	0,991	0,992
2,4	0,992	0,992	0,992	0,992	0,993	0,993	0,993	0,993	0,993	0,994
2,5	0,994	0,994	0,994	0,994	0,994	0,995	0,995	0,995	0,995	0,995
2,6	0,995	0,995	0,996	0,996	0,996	0,996	0,996	0,996	0,996	0,996
2,7	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997
2,8	0,997	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998
2,9	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998	0,998	0,999	0,999	0,999

För z -värden i intervallet 3,0–3,2 är $\Phi(z) = 0,999$, för värden större än 3,2 $\Phi(z) = 1,000$.

Källa: Edlund, P-O, Högberg, O och Leonardz, B. *Beslutsmodeller - redskap för ekonomisk argumentation*, 4:e uppl, Studentlitteratur, 1999.

BILAGA 2 TRIPPEL ABC-ANALYS

1(12)

	B	F	G	H	I	J	K	N	O	P	Q	R	S	T
	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i l	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i l	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro l	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
1														
2	1563	1,040 %	0,251 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	392,25	1,538 %	1,538 %	A	AA	AAA
3	1931	1,022 %	0,277 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	351,09	1,377 %	2,915 %	A	AA	AAA
4	2790	0,993 %	0,229 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	11	253,64	0,995 %	3,910 %	A	AA	AAA
5	905	0,421 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	226,25	0,887 %	4,797 %	A	AA	AAA
6	645	0,233 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3	215,00	0,843 %	5,641 %	A	AA	AAA
7	1627	0,840 %	0,271 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	8	203,38	0,798 %	6,438 %	A	AA	AAA
8	2528	1,458 %	0,248 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	12,5	202,24	0,793 %	7,231 %	A	AA	AAA
9	3019	0,722 %	0,226 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	15	201,27	0,789 %	8,021 %	A	AA	AAA
10	1204	0,447 %	0,236 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	200,67	0,787 %	8,808 %	A	AA	AAA
11	1095	0,483 %	0,199 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	199,09	0,781 %	9,589 %	A	AA	AAA
12	583	0,353 %	0,228 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3	194,33	0,762 %	10,351 %	A	AA	AAA
13	725	0,477 %	0,263 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	181,25	0,711 %	11,062 %	A	AA	AAA
14	1153	0,483 %	0,237 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	177,38	0,696 %	11,757 %	A	AA	AAA
15	529	0,476 %	0,242 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3	176,33	0,692 %	12,449 %	A	AA	AAA
16	1638	0,707 %	0,198 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	10	163,80	0,642 %	13,091 %	A	AA	AAA
17	817	0,408 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	163,40	0,641 %	13,732 %	A	AA	AAA
18	797	0,279 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	159,40	0,625 %	14,357 %	A	AA	AAA
19	868	0,693 %	0,233 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	157,82	0,619 %	14,976 %	A	AA	AAA
20	819	0,382 %	0,219 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	148,91	0,584 %	15,560 %	A	AA	AAA
21	800	0,358 %	0,203 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	145,45	0,570 %	16,131 %	A	AA	AAA
22	716	0,970 %	0,240 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	143,20	0,562 %	16,692 %	A	AA	AAA
23	998	0,437 %	0,198 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	133,07	0,522 %	17,214 %	A	AA	AAA
24	531	0,299 %	0,210 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	132,75	0,521 %	17,735 %	A	AA	AAA
25	462	0,239 %	0,271 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3,5	132,00	0,518 %	18,252 %	A	AA	AAA
26	449	0,297 %	0,212 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3,5	128,29	0,503 %	18,756 %	A	AA	AAA
27	945	0,703 %	0,260 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	126,00	0,494 %	19,250 %	A	AA	AAA
28	626	0,438 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	125,20	0,491 %	19,741 %	A	AA	AAA
29	654	0,477 %	0,238 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	118,91	0,466 %	20,207 %	A	AA	AAA
30	860	0,355 %	0,234 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	114,67	0,450 %	20,657 %	A	AA	AAA
31	516	0,181 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	114,67	0,450 %	21,106 %	A	AA	AAA
32	515	0,441 %	0,248 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	114,44	0,449 %	21,555 %	A	AA	AAA
33	830	0,480 %	0,249 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	110,67	0,434 %	21,989 %	A	AA	AAA
34	1099	0,772 %	0,258 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	10	109,90	0,431 %	22,420 %	A	AA	AAA
35	824	0,389 %	0,196 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	109,87	0,431 %	22,851 %	A	AA	AAA
36	767	0,221 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	109,57	0,430 %	23,281 %	A	AA	AAA
37	751	0,933 %	0,218 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	107,29	0,421 %	23,702 %	A	AA	AAA
38	532	0,239 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	106,40	0,417 %	24,119 %	A	AA	AAA
39	473	0,416 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	105,11	0,412 %	24,531 %	A	AA	AAA
40	624	0,338 %	0,252 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	104,00	0,408 %	24,939 %	A	AA	AAA
41	408	0,189 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	102,00	0,400 %	25,339 %	A	AA	AAA
42	659	0,350 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	101,38	0,398 %	25,737 %	A	AA	AAA
43	555	0,505 %	0,204 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	100,91	0,396 %	26,133 %	A	AA	AAA
44	663	0,369 %	0,242 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	94,71	0,371 %	26,504 %	A	AA	AAA

2(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i %	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro i	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
45	517	0,363 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	94,00	0,369 %	26,873 %	A	AA	AAA
46	648	0,899 %	0,189 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	92,57	0,363 %	27,236 %	A	AA	AAA
47	817	0,474 %	0,225 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	9	90,78	0,356 %	27,592 %	A	AA	AAA
48	498	0,438 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	90,55	0,355 %	27,947 %	A	AA	AAA
49	532	0,327 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	88,67	0,348 %	28,295 %	A	AA	AAA
50	481	0,277 %	0,227 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	87,45	0,343 %	28,638 %	A	AA	AAA
51	433	0,222 %	0,209 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	86,60	0,340 %	28,977 %	A	AA	AAA
52	474	0,210 %	0,199 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	86,18	0,338 %	29,315 %	A	AA	AAA
53	502	0,218 %	0,196 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	83,67	0,328 %	29,643 %	A	AA	AAA
54	291	0,205 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3,5	83,14	0,326 %	29,969 %	A	AA	AAA
55	538	0,259 %	0,214 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	82,77	0,325 %	30,294 %	A	AA	AAA
56	741	0,435 %	0,251 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	9	82,33	0,323 %	30,617 %	A	AA	AAA
57	886	0,384 %	0,228 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	11	80,55	0,316 %	30,933 %	A	AA	AAA
58	560	0,209 %	0,281 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	80,00	0,314 %	31,247 %	A	AA	AAA
59	399	0,180 %	0,201 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	79,80	0,313 %	31,560 %	A	AA	AAA
60	515	0,306 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	79,23	0,311 %	31,870 %	A	AA	AAA
61	396	0,283 %	0,235 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	79,20	0,311 %	32,181 %	A	AA	AAA
62	344	0,270 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	76,44	0,300 %	32,481 %	A	AA	AAA
63	344	0,177 %	0,197 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	76,44	0,300 %	32,781 %	A	AA	AAA
64	827	0,453 %	0,212 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	11	75,18	0,295 %	33,075 %	A	AA	AAA
65	597	0,615 %	0,210 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	8	74,63	0,293 %	33,368 %	A	AA	AAA
66	298	0,204 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	74,50	0,292 %	33,660 %	A	AA	AAA
67	371	0,164 %	0,222 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	74,20	0,291 %	33,951 %	A	AA	AAA
68	482	0,222 %	0,228 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	74,15	0,291 %	34,242 %	A	AA	AAA
69	593	0,263 %	0,252 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	8	74,13	0,291 %	34,533 %	A	AA	AAA
70	443	0,203 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	73,83	0,290 %	34,822 %	A	AA	AAA
71	368	1,091 %	0,194 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	73,60	0,289 %	35,111 %	A	AA	AAA
72	584	0,542 %	0,218 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	8	73,00	0,286 %	35,397 %	A	AA	AAA
73	544	0,532 %	0,190 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	72,53	0,284 %	35,682 %	A	AA	AAA
74	785	0,472 %	0,210 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	11	71,36	0,280 %	35,962 %	A	AA	AAA
75	484	0,280 %	0,224 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	69,14	0,271 %	36,233 %	A	AA	AAA
76	754	0,342 %	0,221 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	11	68,55	0,269 %	36,502 %	A	AA	AAA
77	308	0,278 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	68,44	0,268 %	36,770 %	A	AA	AAA
78	433	0,545 %	0,220 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	66,62	0,261 %	37,031 %	A	AA	AAA
79	265	0,177 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	66,25	0,260 %	37,291 %	A	AA	AAA
80	228	0,174 %	0,215 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3,5	65,14	0,255 %	37,547 %	A	AA	AAA
81	255	0,220 %	0,199 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	63,75	0,250 %	37,797 %	A	AA	AAA
82	318	0,200 %	0,274 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	63,60	0,249 %	38,046 %	A	AA	AAA
83	411	0,172 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	63,23	0,248 %	38,294 %	A	AA	AAA
84	276,9	0,813 %	0,238 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,4	62,93	0,247 %	38,541 %	A	AA	AAA
85	400	0,170 %	0,204 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	61,54	0,241 %	38,782 %	A	AA	AAA
86	276	0,203 %	0,198 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	61,33	0,241 %	39,023 %	A	AA	AAA
87	387	0,277 %	0,250 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	59,54	0,234 %	39,256 %	A	AA	AAA

3(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i %	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - förs.vinsten i euro l	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
88	200	0,173 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3,5	57,14	0,224 %	39,480 %	A	AA	AAA
89	371	0,366 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	57,08	0,224 %	39,704 %	A	AA	AAA
90	540	0,304 %	0,256 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	9,5	56,84	0,223 %	39,927 %	A	AA	AAA
91	227	0,199 %	0,225 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	56,75	0,223 %	40,150 %	A	AA	AAA
92	421	0,181 %	0,242 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	56,13	0,220 %	40,370 %	A	AA	AAA
93	279	0,390 %	0,247 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	55,80	0,219 %	40,589 %	A	AA	AAA
94	348	0,352 %	0,213 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	53,54	0,210 %	40,799 %	A	AA	AAA
95	262	0,183 %	0,248 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	52,40	0,206 %	41,004 %	A	AA	AAA
96	261	0,171 %	0,276 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	52,20	0,205 %	41,209 %	A	AA	AAA
97	135	0,128 %	0,226 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	1	135,00	0,529 %	41,738 %	A	AA	AAB
98	345	0,124 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	3,5	98,57	0,387 %	42,125 %	A	AA	AAB
99	369	0,131 %	0,203 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4	92,25	0,362 %	42,487 %	A	AA	AAB
100	319	0,147 %	0,199 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	3,5	91,14	0,357 %	42,844 %	A	AA	AAB
101	358	0,158 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	79,56	0,312 %	43,156 %	A	AA	AAB
102	513	0,147 %	0,201 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	7	73,29	0,287 %	43,444 %	A	AA	AAB
103	394	0,140 %	0,204 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	71,64	0,281 %	43,725 %	A	AA	AAB
104	316	0,113 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	70,22	0,275 %	44,000 %	A	AA	AAB
105	312	0,160 %	0,196 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5	62,40	0,245 %	44,245 %	A	AA	AAB
106	291	0,104 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5	58,20	0,228 %	44,473 %	A	AA	AAB
107	231	0,114 %	0,215 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4	57,75	0,226 %	44,699 %	A	AA	AAB
108	368	0,156 %	0,204 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	56,62	0,222 %	44,922 %	A	AA	AAB
109	367	0,161 %	0,255 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	56,46	0,221 %	45,143 %	A	AA	AAB
110	241	0,129 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	53,56	0,210 %	45,353 %	A	AA	AAB
111	294	0,135 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	53,45	0,210 %	45,563 %	A	AA	AAB
112	266	0,138 %	0,197 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5	53,20	0,209 %	45,771 %	A	AA	AAB
113	292	0,155 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	53,09	0,208 %	45,980 %	A	AA	AAB
114	185	0,139 %	0,247 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	3,5	52,86	0,207 %	46,187 %	A	AA	AAB
115	446	0,143 %	0,203 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	8,5	52,47	0,206 %	46,393 %	A	AA	AAB
116	311	0,676 %	0,256 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	51,83	0,203 %	46,596 %	B	AB	ABA
117	203	0,247 %	0,302 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4	50,75	0,199 %	46,795 %	B	AB	ABA
118	302	0,258 %	0,197 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	50,33	0,197 %	46,992 %	B	AB	ABA
119	273	0,223 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5,5	49,64	0,195 %	47,187 %	B	AB	ABA
120	317	0,298 %	0,198 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	48,77	0,191 %	47,378 %	B	AB	ABA
121	284	0,229 %	0,191 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	47,33	0,186 %	47,564 %	B	AB	ABA
122	235	0,242 %	0,251 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	5	47,00	0,184 %	47,748 %	B	AB	ABA
123	158	0,162 %	0,239 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3,5	45,14	0,177 %	47,925 %	B	AB	ABA
124	315	0,328 %	0,213 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	45,00	0,176 %	48,102 %	B	AB	ABA
125	196	0,246 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	4,5	43,56	0,171 %	48,273 %	B	AB	ABA
126	252	0,220 %	0,204 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	42,00	0,165 %	48,437 %	B	AB	ABA
127	312	0,606 %	0,197 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7,5	41,60	0,163 %	48,600 %	B	AB	ABA
128	512	0,176 %	0,231 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	12,5	40,96	0,161 %	48,761 %	B	AB	ABA
129	286	0,254 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	7	40,86	0,160 %	48,921 %	B	AB	ABA
130	239	0,197 %	0,224 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6	39,83	0,156 %	49,078 %	B	AB	ABA

4(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i %	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
131	396	0,235 %	0,190 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	10	39,60	0,155 %	49,233 %	B	AB	ABA
132	185	0,237 %	0,223 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	5	37,00	0,145 %	49,378 %	B	AB	ABA
133	203	0,173 %	0,196 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	5,5	36,91	0,145 %	49,523 %	B	AB	ABA
134	238	0,222 %	0,214 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	6,5	36,62	0,144 %	49,666 %	B	AB	ABA
135	235	0,202 %	0,214 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	6,5	36,15	0,142 %	49,808 %	B	AB	ABA
136	265	0,313 %	0,248 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	7,5	35,33	0,139 %	49,947 %	B	AB	ABA
137	325	0,357 %	0,245 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	9,5	34,21	0,134 %	50,081 %	B	AB	ABA
138	233	0,111 %	0,205 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	4,5	51,78	0,203 %	50,284 %	B	AB	ABB
139	167	0,157 %	0,223 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	3,5	47,71	0,187 %	50,471 %	B	AB	ABB
140	250	0,119 %	0,213 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	5,5	45,45	0,178 %	50,649 %	B	AB	ABB
141	181	0,156 %	0,225 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	4	45,25	0,177 %	50,827 %	B	AB	ABB
142	263	0,112 %	0,238 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	6	43,83	0,172 %	50,999 %	B	AB	ABB
143	214	0,099 %	0,233 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	5	42,80	0,168 %	51,167 %	B	AB	ABB
144	270	0,127 %	0,220 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	6,5	41,54	0,163 %	51,329 %	B	AB	ABB
145	186	0,095 %	0,266 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	4,5	41,33	0,162 %	51,492 %	B	AB	ABB
146	304	0,133 %	0,255 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	7,5	40,53	0,159 %	51,651 %	B	AB	ABB
147	262	0,126 %	0,222 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	6,5	40,31	0,158 %	51,809 %	B	AB	ABB
148	280	0,123 %	0,255 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	7	40,00	0,157 %	51,966 %	B	AB	ABB
149	156	0,095 %	0,233 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	4	39,00	0,153 %	52,118 %	B	AB	ABB
150	167	0,095 %	0,207 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	4,5	37,11	0,146 %	52,264 %	B	AB	ABB
151	456	0,161 %	0,237 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	12,5	36,48	0,143 %	52,407 %	B	AB	ABB
152	182	0,095 %	0,197 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	5	36,40	0,143 %	52,550 %	B	AB	ABB
153	198	0,150 %	0,290 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	5,5	36,00	0,141 %	52,691 %	B	AB	ABB
154	174	0,110 %	0,223 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	5	34,80	0,136 %	52,828 %	B	AB	ABB
155	225	0,148 %	0,194 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	6,5	34,62	0,136 %	52,963 %	B	AB	ABB
156	137	0,112 %	0,215 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	4	34,25	0,134 %	53,098 %	B	AB	ABB
157	220	0,097 %	0,256 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	B	A	6,5	33,85	0,133 %	53,230 %	B	AB	ABB
158	182	0,081 %	0,199 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	C	A	5	36,40	0,143 %	53,373 %	B	AB	ABC
159	121	0,066 %	0,223 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	C	A	3,5	34,57	0,136 %	53,509 %	B	AB	ABC
160	333	0,169 %	0,203 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	10,5	31,71	0,124 %	53,633 %	C	AC	ACA
161	219	0,201 %	0,253 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	7	31,29	0,123 %	53,756 %	C	AC	ACA
162	219	0,271 %	0,201 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	7	31,29	0,123 %	53,878 %	C	AC	ACA
163	136,3	0,495 %	0,245 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	4,41	30,91	0,121 %	54,000 %	C	AC	ACA
164	343	0,274 %	0,198 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	11,5	29,83	0,117 %	54,117 %	C	AC	ACA
165	256	0,180 %	0,249 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	9	28,44	0,112 %	54,228 %	C	AC	ACA
166	183	0,389 %	0,223 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	6,5	28,15	0,110 %	54,339 %	C	AC	ACA
167	223	0,287 %	0,276 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	8	27,88	0,109 %	54,448 %	C	AC	ACA
168	204	0,177 %	0,189 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	7,5	27,20	0,107 %	54,555 %	C	AC	ACA
169	258	0,169 %	0,237 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	9,5	27,16	0,107 %	54,661 %	C	AC	ACA
170	256	0,172 %	0,235 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	9,5	26,95	0,106 %	54,767 %	C	AC	ACA
171	317	0,269 %	0,217 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	12,5	25,36	0,099 %	54,866 %	C	AC	ACA
172	125	0,188 %	0,261 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	5	25,00	0,098 %	54,964 %	C	AC	ACA
173	123	0,163 %	0,276 %	#VÅRDEFEL!	#VÅRDEFEL!	A	A	5,5	22,36	0,088 %	55,052 %	C	AC	ACA

5(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
174	173	0,177 %	0,190 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	8	21,63	0,085 %	55,137 %	C	AC	ACA
175	138	0,198 %	0,235 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	6,5	21,23	0,083 %	55,220 %	C	AC	ACA
176	71,8	0,280 %	0,227 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	3,605	19,92	0,078 %	55,298 %	C	AC	ACA
177	85	0,169 %	0,258 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A	8,5	10,00	0,039 %	55,337 %	C	AC	ACA
178	88	0,176 %	0,347 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
179	625	0,465 %	0,271 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
180	111	0,189 %	0,254 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
181	334	0,200 %	0,254 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
182	274	0,213 %	0,239 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
183	155	0,307 %	0,234 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
184	293	0,357 %	0,233 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
185	182	0,218 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
186	260	0,296 %	0,216 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	A	A			0,000 %	55,337 %	C	AC	ACA
187	426	0,162 %	0,235 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	13	32,77	0,129 %	55,466 %	C	AC	ACB
188	163	0,133 %	0,195 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5	32,60	0,128 %	55,594 %	C	AC	ACB
189	160	0,124 %	0,238 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5	32,00	0,126 %	55,719 %	C	AC	ACB
190	333	0,160 %	0,190 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	10,5	31,71	0,124 %	55,844 %	C	AC	ACB
191	169	0,152 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	30,73	0,121 %	55,964 %	C	AC	ACB
192	122	0,103 %	0,242 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4	30,50	0,120 %	56,084 %	C	AC	ACB
193	191	0,083 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	29,38	0,115 %	56,199 %	C	AC	ACB
194	190	0,084 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	29,23	0,115 %	56,314 %	C	AC	ACB
195	130	0,116 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	28,89	0,113 %	56,427 %	C	AC	ACB
196	86	0,118 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	3	28,67	0,112 %	56,539 %	C	AC	ACB
197	156	0,105 %	0,195 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	28,36	0,111 %	56,651 %	C	AC	ACB
198	155	0,096 %	0,221 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	28,18	0,111 %	56,761 %	C	AC	ACB
199	123	0,135 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	27,33	0,107 %	56,868 %	C	AC	ACB
200	191	0,083 %	0,241 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	7	27,29	0,107 %	56,975 %	C	AC	ACB
201	200	0,138 %	0,225 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	7,5	26,67	0,105 %	57,080 %	C	AC	ACB
202	131	0,113 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5	26,20	0,103 %	57,183 %	C	AC	ACB
203	117	0,138 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	26,00	0,102 %	57,285 %	C	AC	ACB
204	168	0,092 %	0,229 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	25,85	0,101 %	57,386 %	C	AC	ACB
205	116	0,133 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	25,78	0,101 %	57,487 %	C	AC	ACB
206	206	0,139 %	0,235 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	8,5	24,24	0,095 %	57,582 %	C	AC	ACB
207	131	0,110 %	0,196 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	23,82	0,093 %	57,676 %	C	AC	ACB
208	70	0,097 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	3	23,33	0,092 %	57,767 %	C	AC	ACB
209	268	0,126 %	0,227 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	11,5	23,30	0,091 %	57,859 %	C	AC	ACB
210	128	0,161 %	0,219 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	23,27	0,091 %	57,950 %	C	AC	ACB
211	24	0,153 %	0,225 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	1,053	22,79	0,089 %	58,039 %	C	AC	ACB
212	113	0,101 %	0,206 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5	22,60	0,089 %	58,128 %	C	AC	ACB
213	90	0,135 %	0,224 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4	22,50	0,088 %	58,216 %	C	AC	ACB
214	140	0,097 %	0,248 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	21,54	0,084 %	58,301 %	C	AC	ACB
215	139	0,131 %	0,271 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	21,38	0,084 %	58,384 %	C	AC	ACB
216	195	0,118 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	9,5	20,53	0,081 %	58,465 %	C	AC	ACB

6(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä. vinsten i	Relationstal för försä. vinsten i %	Kumulativ - förs. vinsten i	Kumulativ - förs. vinsten i %	ABC - Förs. vinsten i euro	ABC - förs. vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom. hast.	Kumulativ - lagerom. hast.	ABC - lagerom. hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
217	87	0,101 %	0,245 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	19,33	0,076 %	58,541 %	C	AC	ACB
218	85	0,125 %	0,218 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	4,5	18,89	0,074 %	58,615 %	C	AC	ACB
219	103	0,083 %	0,228 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	5,5	18,73	0,073 %	58,688 %	C	AC	ACB
220	118	0,096 %	0,211 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	18,15	0,071 %	58,759 %	C	AC	ACB
221	158	0,098 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	9,5	16,63	0,065 %	58,825 %	C	AC	ACB
222	190	0,155 %	0,198 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	12	15,83	0,062 %	58,887 %	C	AC	ACB
223	129	0,158 %	0,320 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	9	14,33	0,056 %	58,943 %	C	AC	ACB
224	88	0,097 %	0,256 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6,5	13,54	0,053 %	58,996 %	C	AC	ACB
225	94	0,097 %	0,211 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	7	13,43	0,053 %	59,049 %	C	AC	ACB
226	90	0,085 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	7,5	12,00	0,047 %	59,096 %	C	AC	ACB
227	81	0,136 %	0,251 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	7	11,57	0,045 %	59,141 %	C	AC	ACB
228	108	0,103 %	0,203 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	12	9,00	0,035 %	59,177 %	C	AC	ACB
229	20	0,095 %	0,453 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A	6	3,33	0,013 %	59,190 %	C	AC	ACB
230	76	0,114 %	0,261 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
231	92	0,138 %	0,261 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
232	119	0,091 %	0,257 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
233	325	0,142 %	0,255 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
234	218	0,128 %	0,246 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
235	214	0,122 %	0,238 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
236	160	0,087 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
237	147	0,087 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
238	158	0,093 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
239	59	0,108 %	0,213 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
240	113	0,087 %	0,206 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
241	67	0,089 %	0,201 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
242	93	0,100 %	0,199 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
243	100	0,084 %	0,195 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
244	268	0,149 %	0,194 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
245	51	0,087 %	0,190 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	B	A			0,000 %	59,190 %	C	AC	ACB
246	170	0,049 %	0,191 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	30,91	0,121 %	59,311 %	C	AC	ACC
247	105	0,073 %	0,235 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	3,5	30,00	0,118 %	59,428 %	C	AC	ACC
248	102	0,051 %	0,218 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	3,5	29,14	0,114 %	59,543 %	C	AC	ACC
249	136	0,071 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	27,20	0,107 %	59,649 %	C	AC	ACC
250	116	0,068 %	0,204 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	4,5	25,78	0,101 %	59,751 %	C	AC	ACC
251	140	0,068 %	0,210 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	25,45	0,100 %	59,850 %	C	AC	ACC
252	127	0,067 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	25,40	0,100 %	59,950 %	C	AC	ACC
253	80	0,058 %	0,255 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	3,5	22,86	0,090 %	60,040 %	C	AC	ACC
254	125	0,062 %	0,258 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	22,73	0,089 %	60,129 %	C	AC	ACC
255	107	0,042 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	21,40	0,084 %	60,213 %	C	AC	ACC
256	92	0,075 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	4,5	20,44	0,080 %	60,293 %	C	AC	ACC
257	97	0,052 %	0,190 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	19,40	0,076 %	60,369 %	C	AC	ACC
258	169	0,072 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	9,5	17,79	0,070 %	60,439 %	C	AC	ACC
259	93	0,027 %	0,196 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	16,91	0,066 %	60,505 %	C	AC	ACC

7(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i %	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
260	68	0,052 %	0,191 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	4,5	15,11	0,053 %	60,584 %	C	AC	ACC
261	96	0,069 %	0,250 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	6,5	14,77	0,058 %	60,622 %	C	AC	ACC
262	59	0,042 %	0,244 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	4	14,75	0,058 %	60,680 %	C	AC	ACC
263	66	0,082 %	0,220 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	4,5	14,67	0,058 %	60,738 %	C	AC	ACC
264	79	0,023 %	0,195 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	14,36	0,056 %	60,794 %	C	AC	ACC
265	100	0,040 %	0,217 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	7	14,29	0,056 %	60,850 %	C	AC	ACC
266	46	0,033 %	0,255 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	3,5	13,14	0,052 %	60,901 %	C	AC	ACC
267	63	0,051 %	0,246 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	12,60	0,049 %	60,951 %	C	AC	ACC
268	58	0,043 %	0,258 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	11,60	0,045 %	60,996 %	C	AC	ACC
269	80	0,071 %	0,210 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	7	11,43	0,045 %	61,041 %	C	AC	ACC
270	50	0,054 %	0,254 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	4,5	11,11	0,044 %	61,085 %	C	AC	ACC
271	68	0,055 %	0,224 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	7,5	9,07	0,036 %	61,120 %	C	AC	ACC
272	86	0,049 %	0,246 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	9,5	9,05	0,036 %	61,156 %	C	AC	ACC
273	27	0,018 %	0,238 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	3	9,00	0,035 %	61,191 %	C	AC	ACC
274	57	0,075 %	0,249 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	6,5	8,77	0,034 %	61,226 %	C	AC	ACC
275	65	0,060 %	0,213 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	7,5	8,67	0,034 %	61,260 %	C	AC	ACC
276	65	0,015 %	0,190 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	7,5	8,67	0,034 %	61,294 %	C	AC	ACC
277	47	0,061 %	0,233 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	8,55	0,034 %	61,327 %	C	AC	ACC
278	15,2	0,037 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	1,822	8,34	0,033 %	61,360 %	C	AC	ACC
279	43	0,031 %	0,302 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	7,82	0,031 %	61,390 %	C	AC	ACC
280	3,3	0,022 %	0,228 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	0,551	5,99	0,023 %	61,414 %	C	AC	ACC
281	30	0,015 %	0,212 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5,5	5,45	0,021 %	61,435 %	C	AC	ACC
282	20	0,035 %	0,313 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	4,00	0,016 %	61,451 %	C	AC	ACC
283	10	0,006 %	0,235 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	2,00	0,008 %	61,459 %	C	AC	ACC
284	1,1	0,004 %	0,225 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	0,57	1,93	0,008 %	61,466 %	C	AC	ACC
285	10	0,010 %	0,251 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	6	1,67	0,007 %	61,473 %	C	AC	ACC
286	8	0,004 %	0,215 %	#VÄRDEFEL!	#VÄRDEFEL!	C	A	5	1,60	0,006 %	61,479 %	C	AC	ACC
287	5,5	0,038 %	0,482 %	#VÄRDEFEL!	0,482 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
288	3,1	0,014 %	0,467 %	#VÄRDEFEL!	0,948 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
289	7,3	0,035 %	0,429 %	#VÄRDEFEL!	1,378 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
290	5,6	0,021 %	0,340 %	#VÄRDEFEL!	1,717 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
291	16	0,027 %	0,301 %	#VÄRDEFEL!	2,018 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
292	12	0,013 %	0,287 %	#VÄRDEFEL!	2,305 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
293	24	0,030 %	0,264 %	#VÄRDEFEL!	2,569 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
294	18	0,022 %	0,262 %	#VÄRDEFEL!	2,831 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
295	11	0,008 %	0,261 %	#VÄRDEFEL!	3,092 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
296	72	0,052 %	0,259 %	#VÄRDEFEL!	3,351 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
297	38	0,026 %	0,258 %	#VÄRDEFEL!	3,610 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
298	37	0,022 %	0,256 %	#VÄRDEFEL!	3,865 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
299	32	0,040 %	0,256 %	#VÄRDEFEL!	4,121 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
300	49	0,021 %	0,253 %	#VÄRDEFEL!	4,374 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
301	55	0,032 %	0,251 %	#VÄRDEFEL!	4,625 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
302	4,3	0,030 %	0,246 %	#VÄRDEFEL!	4,870 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC

8(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i %	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro i	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
303	10	0,014 %	0,245 %	#VÄRDEFEL!	5,115 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
304	1,6	0,010 %	0,243 %	#VÄRDEFEL!	5,358 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
305	41	0,027 %	0,243 %	#VÄRDEFEL!	5,601 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
306	24	0,028 %	0,243 %	#VÄRDEFEL!	5,843 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
307	2	0,001 %	0,241 %	#VÄRDEFEL!	6,084 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
308	38	0,021 %	0,241 %	#VÄRDEFEL!	6,326 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
309	25	0,026 %	0,241 %	#VÄRDEFEL!	6,566 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
310	21	0,014 %	0,240 %	#VÄRDEFEL!	6,806 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
311	78	0,061 %	0,239 %	#VÄRDEFEL!	7,045 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
312	72	0,039 %	0,238 %	#VÄRDEFEL!	7,283 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
313	47	0,037 %	0,237 %	#VÄRDEFEL!	7,520 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
314	15	0,012 %	0,234 %	#VÄRDEFEL!	7,754 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
315	2	0,001 %	0,233 %	#VÄRDEFEL!	7,987 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
316	99	0,059 %	0,231 %	#VÄRDEFEL!	8,218 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
317	56	0,023 %	0,230 %	#VÄRDEFEL!	8,448 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
318	34	0,059 %	0,226 %	#VÄRDEFEL!	8,675 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
319	133	0,066 %	0,225 %	#VÄRDEFEL!	8,900 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
320	1,6	0,011 %	0,225 %	#VÄRDEFEL!	9,125 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
321	8,3	0,024 %	0,224 %	#VÄRDEFEL!	9,349 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
322	33	0,050 %	0,224 %	#VÄRDEFEL!	9,573 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
323	9	0,011 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	9,796 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
324	4	0,004 %	0,223 %	#VÄRDEFEL!	10,019 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
325	13	0,010 %	0,221 %	#VÄRDEFEL!	10,240 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
326	22	0,022 %	0,221 %	#VÄRDEFEL!	10,461 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
327	23	0,024 %	0,219 %	#VÄRDEFEL!	10,680 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
328	42	0,079 %	0,219 %	#VÄRDEFEL!	10,899 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
329	11,1	0,037 %	0,218 %	#VÄRDEFEL!	11,117 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
330	12	0,008 %	0,217 %	#VÄRDEFEL!	11,334 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
331	26	0,015 %	0,217 %	#VÄRDEFEL!	11,551 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
332	95	0,053 %	0,214 %	#VÄRDEFEL!	11,765 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
333	2,6	0,011 %	0,213 %	#VÄRDEFEL!	11,978 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
334	50	0,025 %	0,213 %	#VÄRDEFEL!	12,190 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
335	24	0,024 %	0,212 %	#VÄRDEFEL!	12,402 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
336	81	0,082 %	0,212 %	#VÄRDEFEL!	12,614 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
337	23	0,012 %	0,207 %	#VÄRDEFEL!	12,821 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
338	54	0,051 %	0,205 %	#VÄRDEFEL!	13,025 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
339	21	0,020 %	0,204 %	#VÄRDEFEL!	13,229 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
340	2	0,006 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	13,431 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
341	42	0,036 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	13,633 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
342	26	0,050 %	0,202 %	#VÄRDEFEL!	13,834 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
343	15	0,016 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	14,035 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
344	4	0,004 %	0,200 %	#VÄRDEFEL!	14,234 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
345	50	0,038 %	0,199 %	#VÄRDEFEL!	14,433 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC

9(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i %	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
346	40	0,016 %	0,196 %	#VÅRDEFEL!	14,629 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
347	63	0,033 %	0,195 %	#VÅRDEFEL!	14,824 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
348	25	0,042 %	0,195 %	#VÅRDEFEL!	15,018 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
349	10	0,011 %	0,190 %	#VÅRDEFEL!	15,208 %	C	A			0,000 %	61,479 %	C	AC	ACC
350	1134	0,646 %	0,178 %	#VÅRDEFEL!	15,386 %	A	B	3	378,00	1,482 %	62,962 %	A	BA	BAA
351	1075	0,394 %	0,171 %	#VÅRDEFEL!	15,557 %	A	B	5	215,00	0,843 %	63,805 %	A	BA	BAA
352	2160	0,722 %	0,168 %	#VÅRDEFEL!	15,725 %	A	B	10,5	205,71	0,807 %	64,612 %	A	BA	BAA
353	1450	0,661 %	0,166 %	#VÅRDEFEL!	15,891 %	A	B	8	181,25	0,711 %	65,323 %	A	BA	BAA
354	2132	1,005 %	0,170 %	#VÅRDEFEL!	16,061 %	A	B	13	164,00	0,643 %	65,966 %	A	BA	BAA
355	713	0,713 %	0,181 %	#VÅRDEFEL!	16,242 %	A	B	5	142,60	0,559 %	66,525 %	A	BA	BAA
356	1064	0,474 %	0,156 %	#VÅRDEFEL!	16,398 %	A	B	8	133,00	0,522 %	67,047 %	A	BA	BAA
357	425	0,185 %	0,183 %	#VÅRDEFEL!	16,581 %	A	B	3,5	121,43	0,476 %	67,523 %	A	BA	BAA
358	1196	0,801 %	0,178 %	#VÅRDEFEL!	16,759 %	A	B	10	119,60	0,469 %	67,992 %	A	BA	BAA
359	644	0,294 %	0,184 %	#VÅRDEFEL!	16,943 %	A	B	5,5	117,09	0,459 %	68,451 %	A	BA	BAA
360	679	0,377 %	0,185 %	#VÅRDEFEL!	17,127 %	A	B	6	113,17	0,444 %	68,895 %	A	BA	BAA
361	1094	0,702 %	0,174 %	#VÅRDEFEL!	17,301 %	A	B	10	109,40	0,429 %	69,324 %	A	BA	BAA
362	479	0,182 %	0,182 %	#VÅRDEFEL!	17,484 %	A	B	4,5	106,44	0,417 %	69,741 %	A	BA	BAA
363	903	0,799 %	0,180 %	#VÅRDEFEL!	17,664 %	A	B	8,5	106,24	0,417 %	70,158 %	A	BA	BAA
364	595	0,287 %	0,184 %	#VÅRDEFEL!	17,848 %	A	B	6,5	91,54	0,359 %	70,517 %	A	BA	BAA
365	656	0,512 %	0,175 %	#VÅRDEFEL!	18,023 %	A	B	7,5	87,47	0,343 %	70,860 %	A	BA	BAA
366	691	0,452 %	0,173 %	#VÅRDEFEL!	18,196 %	A	B	8	86,38	0,339 %	71,199 %	A	BA	BAA
367	513	0,256 %	0,177 %	#VÅRDEFEL!	18,373 %	A	B	6,5	78,92	0,310 %	71,508 %	A	BA	BAA
368	653	0,556 %	0,175 %	#VÅRDEFEL!	18,548 %	A	B	8,5	76,82	0,301 %	71,810 %	A	BA	BAA
369	666	0,710 %	0,185 %	#VÅRDEFEL!	18,733 %	A	B	9	74,00	0,290 %	72,100 %	A	BA	BAA
370	483	0,512 %	0,185 %	#VÅRDEFEL!	18,918 %	A	B	7	69,00	0,271 %	72,371 %	A	BA	BAA
371	425	0,169 %	0,180 %	#VÅRDEFEL!	19,098 %	A	B	6,5	65,38	0,256 %	72,627 %	A	BA	BAA
372	554	0,586 %	0,185 %	#VÅRDEFEL!	19,283 %	A	B	8,5	65,18	0,256 %	72,883 %	A	BA	BAA
373	352	0,318 %	0,163 %	#VÅRDEFEL!	19,446 %	A	B	5,5	64,00	0,251 %	73,134 %	A	BA	BAA
374	278	0,245 %	0,158 %	#VÅRDEFEL!	19,604 %	A	B	4,5	61,78	0,242 %	73,376 %	A	BA	BAA
375	354	0,459 %	0,184 %	#VÅRDEFEL!	19,787 %	A	B	6	59,00	0,231 %	73,607 %	A	BA	BAA
376	533	0,211 %	0,170 %	#VÅRDEFEL!	19,957 %	A	B	9,5	56,11	0,220 %	73,827 %	A	BA	BAA
377	446	0,199 %	0,156 %	#VÅRDEFEL!	20,113 %	A	B	8	55,75	0,219 %	74,046 %	A	BA	BAA
378	291	0,256 %	0,159 %	#VÅRDEFEL!	20,272 %	A	B	5,5	52,91	0,208 %	74,253 %	A	BA	BAA
379	582	0,373 %	0,152 %	#VÅRDEFEL!	20,424 %	A	B	11	52,91	0,208 %	74,461 %	A	BA	BAA
380	244	0,216 %	0,200 %	#VÅRDEFEL!	20,624 %	A	A	5,5	44,36	0,174 %	74,635 %	B	BA	BAA
381	307	0,530 %	0,200 %	#VÅRDEFEL!	20,823 %	A	A	7,5	40,93	0,161 %	74,796 %	B	BA	BAA
382	348	0,119 %	0,165 %	#VÅRDEFEL!	20,988 %	B	B	3,5	99,43	0,390 %	75,185 %	A	BA	BAB
383	457	0,159 %	0,166 %	#VÅRDEFEL!	21,154 %	B	B	5,5	83,09	0,326 %	75,511 %	A	BA	BAB
384	346	0,161 %	0,172 %	#VÅRDEFEL!	21,326 %	B	B	5	69,20	0,271 %	75,783 %	A	BA	BAB
385	329	0,145 %	0,179 %	#VÅRDEFEL!	21,505 %	B	B	5	65,80	0,258 %	76,041 %	A	BA	BAB
386	320	0,159 %	0,187 %	#VÅRDEFEL!	21,692 %	B	B	5	64,00	0,251 %	76,292 %	A	BA	BAB
387	226	0,092 %	0,168 %	#VÅRDEFEL!	21,860 %	B	B	4	56,50	0,222 %	76,513 %	A	BA	BAB
388	242	0,108 %	0,182 %	#VÅRDEFEL!	22,042 %	B	B	4,5	53,78	0,211 %	76,724 %	A	BA	BAB

10(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
389	368	0,189 %	0,156 %	#VÄRDEFEL!	22,197 %	A	B	7,5	49,07	0,192 %	76,917 %	B	BB	BBA
390	318	0,233 %	0,160 %	#VÄRDEFEL!	22,358 %	A	B	6,5	48,92	0,192 %	77,109 %	B	BB	BBA
391	291	0,333 %	0,159 %	#VÄRDEFEL!	22,517 %	A	B	6	48,50	0,190 %	77,299 %	B	BB	BBA
392	338	0,199 %	0,154 %	#VÄRDEFEL!	22,671 %	A	B	7	48,29	0,189 %	77,488 %	B	BB	BBA
393	494	0,176 %	0,180 %	#VÄRDEFEL!	22,851 %	A	B	10,5	47,05	0,185 %	77,673 %	B	BB	BBA
394	279	0,203 %	0,159 %	#VÄRDEFEL!	23,010 %	A	B	6	46,50	0,182 %	77,855 %	B	BB	BBA
395	427	0,175 %	0,175 %	#VÄRDEFEL!	23,185 %	A	B	10,5	40,67	0,159 %	78,015 %	B	BB	BBA
396	213	0,186 %	0,157 %	#VÄRDEFEL!	23,342 %	A	B	5,5	38,73	0,152 %	78,166 %	B	BB	BBA
397	337	0,150 %	0,164 %	#VÄRDEFEL!	23,505 %	B	B	8	42,13	0,165 %	78,332 %	B	BB	BBB
398	280	0,127 %	0,164 %	#VÄRDEFEL!	23,670 %	B	B	7,5	37,33	0,146 %	78,478 %	B	BB	BBB
399	333	0,150 %	0,164 %	#VÄRDEFEL!	23,834 %	B	B	10	33,30	0,131 %	78,609 %	B	BB	BBB
400	123	0,213 %	0,183 %	#VÄRDEFEL!	24,017 %	A	B	4,5	27,33	0,107 %	78,716 %	C	BC	BCA
401	292	0,258 %	0,187 %	#VÄRDEFEL!	24,203 %	A	B	11	26,55	0,104 %	78,820 %	C	BC	BCA
402	196	0,173 %	0,185 %	#VÄRDEFEL!	24,388 %	A	B	7,5	26,13	0,102 %	78,922 %	C	BC	BCA
403	266	0,231 %	0,182 %	#VÄRDEFEL!	24,569 %	A	B			0,000 %	78,922 %	C	BC	BCA
404	123	0,110 %	0,162 %	#VÄRDEFEL!	24,732 %	B	B			0,000 %	78,922 %	C	BC	BCA
405	176	0,157 %	0,189 %	#VÄRDEFEL!	24,920 %	B	B	7	25,14	0,099 %	79,021 %	C	BC	BCB
406	251	0,099 %	0,170 %	#VÄRDEFEL!	25,091 %	B	B	10,5	23,90	0,094 %	79,115 %	C	BC	BCB
407	146	0,087 %	0,179 %	#VÄRDEFEL!	25,269 %	B	B	6,5	22,46	0,088 %	79,203 %	C	BC	BCB
408	85	0,092 %	0,188 %	#VÄRDEFEL!	25,457 %	B	B	11,5	7,39	0,029 %	79,232 %	C	BC	BCB
409	39	0,020 %	0,175 %	#VÄRDEFEL!	25,633 %	C	B			0,000 %	79,232 %	C	BC	BCB
410	180	0,126 %	0,172 %	#VÄRDEFEL!	25,804 %	B	B			0,000 %	79,232 %	C	BC	BCB
411	141	0,142 %	0,172 %	#VÄRDEFEL!	25,976 %	B	B			0,000 %	79,232 %	C	BC	BCB
412	189	0,021 %	0,058 %	#VÄRDEFEL!	26,034 %	C	C	4,5	42,00	0,165 %	79,397 %	B	CB	BCC
413	247	0,071 %	0,164 %	#VÄRDEFEL!	26,198 %	C	B	7,5	32,93	0,129 %	79,526 %	C	BC	BCC
414	244	0,069 %	0,161 %	#VÄRDEFEL!	26,359 %	C	B	7,5	32,53	0,128 %	79,653 %	C	BC	BCC
415	132	0,053 %	0,166 %	#VÄRDEFEL!	26,525 %	C	B	4,5	29,33	0,115 %	79,768 %	C	BC	BCC
416	77	0,024 %	0,161 %	#VÄRDEFEL!	26,686 %	C	B	4,5	17,11	0,067 %	79,836 %	C	BC	BCC
417	95	0,027 %	0,164 %	#VÄRDEFEL!	26,850 %	C	B	6,5	14,62	0,057 %	79,893 %	C	BC	BCC
418	61	0,014 %	0,189 %	#VÄRDEFEL!	27,038 %	C	B	7,5	8,13	0,032 %	79,925 %	C	BC	BCC
419	57	0,013 %	0,188 %	#VÄRDEFEL!	27,226 %	C	B	7,5	7,60	0,030 %	79,955 %	C	BC	BCC
420	51	0,059 %	0,172 %	#VÄRDEFEL!	27,398 %	C	B	7	7,29	0,029 %	79,983 %	C	BC	BCC
421	51	0,045 %	0,172 %	#VÄRDEFEL!	27,570 %	C	B	11	4,64	0,018 %	80,001 %	C	BC	BCC
422	11	0,005 %	0,183 %	#VÄRDEFEL!	27,753 %	C	B	6,5	1,69	0,007 %	80,008 %	C	BC	BCC
423	24	0,013 %	0,189 %	#VÄRDEFEL!	27,942 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
424	27	0,014 %	0,189 %	#VÄRDEFEL!	28,130 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
425	18	0,006 %	0,187 %	#VÄRDEFEL!	28,317 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
426	24	0,023 %	0,182 %	#VÄRDEFEL!	28,499 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
427	44	0,044 %	0,182 %	#VÄRDEFEL!	28,682 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
428	62	0,045 %	0,182 %	#VÄRDEFEL!	28,864 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
429	8	0,005 %	0,182 %	#VÄRDEFEL!	29,046 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
430	64	0,031 %	0,182 %	#VÄRDEFEL!	29,227 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
431	83	0,077 %	0,179 %	#VÄRDEFEL!	29,406 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i %	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
432	47	0,017 %	0,177 %	#VÄRDEFEL!	29,583 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
433	3,9	0,013 %	0,168 %	#VÄRDEFEL!	29,751 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
434	0,2	0,000 %	0,167 %	#VÄRDEFEL!	29,918 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
435	15	0,012 %	0,164 %	#VÄRDEFEL!	30,082 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
436	17	0,013 %	0,159 %	#VÄRDEFEL!	30,241 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
437	180	0,028 %	0,157 %	#VÄRDEFEL!	30,398 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
438	83	0,037 %	0,154 %	#VÄRDEFEL!	30,553 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
439	18	0,014 %	0,150 %	#VÄRDEFEL!	30,703 %	C	B			0,000 %	80,008 %	C	BC	BCC
440	2693	0,600 %	0,045 %	#VÄRDEFEL!	30,748 %	A	C	8	336,63	1,320 %	81,328 %	A	CA	CAA
441	4787	0,714 %	0,062 %	#VÄRDEFEL!	30,810 %	A	C	15	319,13	1,252 %	82,580 %	A	CA	CAA
442	2260	1,774 %	0,120 %	1,774 %	30,930 %	A	C	7,5	301,33	1,182 %	83,762 %	A	CA	CAA
443	1707	0,234 %	0,045 %	2,008 %	30,975 %	A	C	6	284,50	1,116 %	84,877 %	A	CA	CAA
444	1303	0,551 %	0,116 %	2,559 %	31,091 %	A	C	5,5	236,91	0,929 %	85,806 %	A	CA	CAA
445	1097	0,338 %	0,067 %	2,897 %	31,159 %	A	C	5	219,40	0,860 %	86,667 %	A	CA	CAA
446	1464	0,600 %	0,143 %	3,497 %	31,301 %	A	C	7,5	195,20	0,766 %	87,433 %	A	CA	CAA
447	2635	0,640 %	0,138 %	4,137 %	31,439 %	A	C	15	175,67	0,689 %	88,121 %	A	CA	CAA
448	982	0,496 %	0,084 %	4,633 %	31,523 %	A	C	6	163,67	0,642 %	88,763 %	A	CA	CAA
449	671	0,235 %	0,134 %	4,868 %	31,657 %	A	C	4,5	149,11	0,585 %	89,348 %	A	CA	CAA
450	696	0,302 %	0,122 %	5,170 %	31,780 %	A	C	5	139,20	0,546 %	89,894 %	A	CA	CAA
451	573	0,188 %	0,129 %	5,358 %	31,909 %	A	C	4,5	127,33	0,499 %	90,393 %	A	CA	CAA
452	1587	0,380 %	0,136 %	5,738 %	32,045 %	A	C	12,5	126,96	0,498 %	90,891 %	A	CA	CAA
453	1464	0,985 %	0,144 %	6,723 %	32,189 %	A	C	12,5	117,12	0,459 %	91,351 %	A	CA	CAA
454	639	0,194 %	0,087 %	6,918 %	32,276 %	A	C	5,5	116,18	0,456 %	91,806 %	A	CA	CAA
455	604	0,359 %	0,127 %	7,276 %	32,403 %	A	C	5,5	109,82	0,431 %	92,237 %	A	CA	CAA
456	645	0,181 %	0,073 %	7,457 %	32,476 %	A	C	6,5	99,23	0,389 %	92,626 %	A	CA	CAA
457	532	0,303 %	0,123 %	7,760 %	32,599 %	A	C	5,5	96,73	0,379 %	93,006 %	A	CA	CAA
458	562	0,193 %	0,139 %	7,953 %	32,738 %	A	C	6,5	86,46	0,339 %	93,345 %	A	CA	CAA
459	516	0,407 %	0,139 %	8,360 %	32,876 %	A	C	7,5	68,80	0,270 %	93,615 %	A	CA	CAA
460	856	0,149 %	0,142 %	8,509 %	33,019 %	B	C	9	95,11	0,373 %	93,988 %	A	CA	CAB
461	3794	0,000 %	0,000 %	8,509 %	33,019 %	C	C	11	344,91	1,353 %	95,340 %	A	CA	CAC
462	2368	0,000 %	0,000 %	8,509 %	33,019 %	C	C	8,5	278,59	1,093 %	96,433 %	A	CA	CAC
463	1035	0,027 %	0,009 %	8,536 %	33,027 %	C	C	6	172,50	0,677 %	97,109 %	A	CA	CAC
464	1397	0,000 %	0,000 %	8,536 %	33,027 %	C	C	8,5	164,35	0,645 %	97,754 %	A	CA	CAC
465	821	0,000 %	0,000 %	8,536 %	33,027 %	C	C	6,5	126,31	0,495 %	98,249 %	A	CA	CAC
466	436	0,000 %	0,000 %	8,536 %	33,027 %	C	C	6	72,67	0,285 %	98,534 %	A	CA	CAC
467	337	0,266 %	0,113 %	8,802 %	33,140 %	A	C	6,5	51,85	0,203 %	98,738 %	B	CB	CBA
468	221	0,203 %	0,138 %	9,005 %	33,278 %	A	C	6	36,83	0,144 %	98,882 %	B	CB	CBA
469	241	0,090 %	0,131 %	9,096 %	33,408 %	B	C	5,5	43,82	0,172 %	99,054 %	B	CB	CBB
470	245	0,132 %	0,081 %	9,228 %	33,490 %	B	C	6,5	37,69	0,148 %	99,202 %	B	CB	CBB
471	251	0,207 %	0,145 %	9,435 %	33,635 %	A	C	8	31,38	0,123 %	99,325 %	C	CC	CCA
472	183	0,126 %	0,131 %	9,561 %	33,766 %	B	C	5,5	33,27	0,130 %	99,455 %	C	CC	CCB
473	195	0,159 %	0,111 %	9,720 %	33,877 %	B	C	7	27,86	0,109 %	99,565 %	C	CC	CCB
474	77	0,100 %	0,147 %	9,820 %	34,024 %	B	C	4,5	17,11	0,067 %	99,632 %	C	CC	CCB

12(12)

1	Antal sålda produkter	Relationstal för försä.vinsten i l	Relationstal för försä.vinsten i %	Kumulativ - förs.vinsten i l	Kumulativ - förs.vinsten i %	ABC - Förs.vinsten i euro l	ABC - förs.vinsten i %	Genomsnitt lager	Lageromsättnings hastighet	Relationstal för lagerom.hast.	Kumulativ - lagerom.hast.	ABC - lagerom.hast.	Dubbel ABC	Trippel ABC
475	191	0,119 %	0,141 %	9,939 %	34,164 %	B	C	12,5	15,28	0,060 %	99,692 %	C	CC	CCB
476	91	0,091 %	0,147 %	10,030 %	34,312 %	B	C	6,5	14,00	0,055 %	99,746 %	C	CC	CCB
477	151	0,123 %	0,142 %	10,154 %	34,454 %	B	C			0,000 %	99,746 %	C	CC	CCB
478	228	0,000 %	0,000 %	10,154 %	34,454 %	C	C	7,5	30,40	0,119 %	99,866 %	C	CC	CCC
479	102	0,064 %	0,115 %	10,217 %	34,569 %	C	C	6,5	15,69	0,062 %	99,927 %	C	CC	CCC
480	69	0,045 %	0,137 %	10,262 %	34,706 %	C	C	5,5	12,55	0,049 %	99,976 %	C	CC	CCC
481	27	0,020 %	0,139 %	10,283 %	34,845 %	C	C	4,5	6,00	0,024 %	100,000 %	C	CC	CCC
482	87	0,036 %	0,144 %	10,319 %	34,989 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
483	60	0,039 %	0,136 %	10,358 %	35,125 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
484	4,1	0,005 %	0,127 %	10,363 %	35,252 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
485	4	0,012 %	0,121 %	10,375 %	35,373 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
486	9	0,004 %	0,118 %	10,379 %	35,492 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
487	3,8	0,003 %	0,085 %	10,382 %	35,577 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
488	87	0,028 %	0,065 %	10,411 %	35,641 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
489	360	0,016 %	0,041 %	10,426 %	35,682 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
490	2930	0,068 %	0,024 %	10,494 %	35,707 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
491	1199	0,027 %	0,022 %	10,521 %	35,729 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
492	20	0,000 %	0,000 %	10,521 %	35,729 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
493	16	0,000 %	0,000 %	10,521 %	35,729 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC
494	8	0,000 %	0,000 %	10,521 %	35,729 %	C	C			0,000 %	100,000 %	C	CC	CCC