

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.01 «Экономика»
Кафедра экономики и автоматизированных систем управления

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема работы
Исследование ассортиментной структуры продукции ООО «КДВ Яшкино»

УДК 658.628:664(571.17)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б20	Ершова М.М.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	В.А.Шабашев	Д.Э.Н., профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
БЖДиФВ	В.М. Гришагин	К.Т.Н., ДОЦЕНТ		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ЭиАСУ	В.А. Трифонов	К.Э.Н., ДОЦЕНТ		

Юрга – 2017 г

Планируемые результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P1	Применять <i>глубокие</i> естественнонаучные и математические <i>знания</i> для решения задач, связанных с оценкой и прогнозированием результатов внедрения инновационных технологий
P2	Применять <i>глубокие знания</i> в области современных методов управления для планирования, организации, контроля и анализа <i>междисциплинарных</i> исследовательских проектов
P3	Ставить и решать задачи <i>управленческого анализа</i> , связанные с созданием, функционированием и развитием организации любой организационно-правовой формы, с использованием системного анализа
P4	Разрабатывать информационную систему организации на основе <i>проектирования</i> критериев эффективности ее функционирования с использованием современных информационных технологий, для обеспечения процесса подготовки и принятия управленческих решений
P5	Разрабатывать <i>бизнес-планы инновационных проектов</i> по созданию и развитию организаций, с использованием современных методов <i>технологического прогнозирования</i> , математических моделей организационных систем и моделирования <i>бизнес-процессов</i> с учетом юридических аспектов защиты <i>интеллектуальной собственности</i>
P6	Организовывать внедрение, эксплуатацию и обслуживание современных высокотехнологичных линий автоматизированного производства, обеспечивать их <i>высокую эффективность</i> , соблюдение правил охраны здоровья и безопасности труда, обеспечивать выполнение требований по защите окружающей среды
P7	<i>Активно</i> использовать навыки <i>делового общения</i> в переговорах, проведении совещаний, публичных выступлениях, деловой переписке, электронных коммуникациях
P8	<i>Активно</i> владеть <i>иностранным языком</i> на уровне, позволяющем работать в иноязычной среде, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты инновационной деятельности
P9	Эффективно работать индивидуально, в качестве <i>члена и руководителя группы</i> , состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, демонстрировать ответственность за результаты работы и готовность <i>следовать корпоративной культуре организации</i>
P10	Демонстрировать <i>глубокие знания социальных, этических и культурных аспектов</i> инновационной деятельности, компетентность в вопросах <i>устойчивого развития</i>
P11	<i>Самостоятельно учиться</i> и непрерывно <i>повышать квалификацию</i> в течение всего периода профессиональной деятельности

Перечень графического материала	Уровень рентабельности продаж; анализ товарооборота по кварталам; динамика удельного веса в ассортиментном разрезе; анализ валового товарооборота; оценка уровня цен; анализ периодичности закупок товара;
--	--

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы
(с указанием разделов)

Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Гришагин В.М.

Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:

Реферат

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	В.А. Шабашев	д.э.н., профессор		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б20	М.М. Ершова		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
3-17Б20	Ершова М.М.

Институт	Юргинский технологический институт	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	Бакалавр	Направление	38.03.01 «Экономика»

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
1 Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения:	Объектом исследования является кабинет специалиста, расположенного в здании ООО КДВ Яшкино Помещение, в котором находятся рабочее место работника, имеет следующие характеристики:- длина помещения (А): 6 м; ширина помещения (Б):3 м;- высота помещения (Н):3м; число окон: 2; число рабочих мест:6 Освещение: естественное (окно) и общее искусственное. Основным источником света в данном помещении являются люминесцентные лампы ЛБ (белого цвета) мощностью 80 Вт каждая, установленные в количестве 2 штуки в светильник типа ШОД. Интерьер: стены оклеены светлыми обоями, побелены, пол деревянный, покрыт ленолиумом. Потолок побелен. В комнате находится 1 компьютер, один МФУ. По тяжести выполняемые работы относятся к категории «лёгких»
Знакомство и отбор законодательных и нормативных документов по теме	СанПиН 2.2.4.548-96 «Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений», п. 4.10 СанПиН 2.2.4.548-96 помещения с компьютером и др.
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды в следующей последовательности:	Вредными факторами являются: Вредные факторы, выявленные на данном рабочем месте специалиста: недостаточная освещенность рабочего места; ненормативные параметры микроклимата; воздействие электромагнитных полей и излучений и другое вредное влияние компьютера; чрезмерный шум; неправильное цветовое оформление интерьера рабочего места;
3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведённой среды в следующей последовательности:	Воздействие электрического тока; опасность возникновения пожара.
4 Охрана окружающей среды:	Регламентированные средства охраны окружающей среды, а именно атмосферы, относительно деятельности ООО КДВ Яшкино
5 Защита в чрезвычайных ситуациях:	Пожароопасность. Рассматриваемое здание по взрывопожароопасности подходит под категорию В. Здание, в котором расположено исследуемое помещение, выполнено из огнестойких материалов – кирпича и бетона, т.е. из материалов обладающих способностью сохранять под действием высоких температур свои рабочие функции, связанные с огнепреграждающей, теплоизолирующей или несущей способностью. Сейсмическая безопасность.Рассматриваемое здание относится к

	обычному качеству, устойчивость к горизонтальной нагрузке проектом здания не предусмотрена.
6 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности:	Гигиеническое нормирование параметров микроклимата рабочего помещения специалиста установлено системой стандартов безопасности труда. В рабочей зоне помещения должны быть установлены оптимальные и допустимые микроклиматические условия.
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию	-

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
--	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Зав. кафедрой БЖДЭиФВ	Солодский С.А.	к.т.н, доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б20	Ершова М.М.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа состоит из 73 листов, 7 рисунка, 8 таблицы, 52 источников.

Ключевые слова: финансовая деятельность, сезонность, ликвидность, продажи, ассортиментная политика.

Актуальность исследования заключается в том, что ассортиментная политика организации и ее анализ помогают предприятию своевременно принять решения и тем самым вести успешную конкурентную борьбу, так как на сегодняшний день при равном качестве продукции привлечь клиентов можно необходимым ассортиментом.

Цель данного исследования – применение методов анализа для исследования структуры ассортимента ООО «КДВ Яшкино».

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

- 1 Дать краткую характеристику финансово-хозяйственной деятельности ООО «КВД Яшкино.
- 2 Исследовать ассортиментную структуру».
- 3 Выявить проблемы ассортиментной структуры и ее сезонности ООО КДВ Яшкино.
- 4 Разработать рекомендации по совершенствованию ассортиментной структуры.
- 5 Оценить эффективность внедрения разработанных мероприятий.

Объектом исследования является – ассортиментная структура ООО «КДВ Яшкино».

Предмет: исследование ассортиментной структуры ООО «КДВ Яшкино».

Выпускная квалификационная работа выполнена в текстовом редакторе MicrosoftWord 7.0 и представлена на диске CD-RW.

The abstract

Final qualifying work consists of 73 sheets, 7 drawings, 8 tables, 52 sources.

Key words: financial activity, seasonality, liquidity, sales, assortment policy.

The relevance of the research lies in the fact that the assortment policy of the organization and its analysis help the enterprise to make timely decisions and thereby lead a successful competitive struggle, as today, with the same quality of products, it is possible to attract customers to the necessary assortment.

The purpose of this study is the use of analysis methods to study the structure of the KDVYashkino assortment.

To achieve the goal, the following tasks were set and solved:

1 Give a brief description of the financial and economic activities of the KDVYashkino.

2 Investigate the assortment structure.

3 Identify the problems of the assortment structure and its seasonality KDVYashkino.

4 Develop recommendations for improving the assortment structure.

5 Assess the effectiveness of the implementation of the developed activities.

The object of the research is the assortment structure of KDV Yashkino.

Subject: research of the assortment structure of KDVYashkino.

The work is presented by management, five sections and conclusion, a list of sources and applications used.

The final qualifying work was done in the text editor MicrosoftWord 7.0 and is presented on the CD-RW.

Оглавление

Введение	9
1 Обзор литературы	12
1.1 Понятие ассортиментной политики организации	12
1.2 Задачи ассортиментной политики	13
2 Объект и методы исследования	20
2.1 Общая характеристика компании ООО «КДВ Яшкино»	20
2.2 Краткая характеристика финансово-хозяйственной деятельности ООО «КДВ Яшкино»	23
3 Расчет и аналитика	27
3.1 Анализ товарооборота ООО «КДВ Яшкино»	27
4 Результаты проведенного исследования	33
4.1 Анализ ассортиментной политики ООО «КДВ Яшкино»	33
4.2 Рекомендации по совершенствованию исследования ассортиментной структуры ООО «КДВ Яшкино»	41
5 Социальная ответственность	46
5.1 Описание рабочего места	46
5.2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды	47
5.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды	60
5.4 Охрана окружающей среды	62
5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях	64
Заключение	69
Список использованных источников	71
CD-RW диск	в конверте на обороте обложки

Введение

Управление ассортиментом и его планирование одно из самых главных направлений деятельности маркетинга каждого предприятия. Даже хорошо продуманные планы сбыта и рекламы не смогут нейтрализовать последствия ошибок, допущенных ранее при планировании ассортимента.

Актуальность выбранной темы не может вызывать сомнений, т. к. проблемы формирования ассортиментной политики связаны в основном с большим ассортиментом товаров на рынке, с растущими потребностями покупателей и возрастанием неценовой конкуренции. Многие руководители считают, что они достаточно глубоко знают тот рынок, на котором работают, а проблемы со сбытом относят к объективным факторам. Но на самом деле эти причины можно смело отнести к субъективным. Специфика проблемы на российском рынке заключается в том, что ситуация усложняется общей экономической нестабильностью, инфляцией, низким уровнем платежеспособного спроса, низким уровнем роста доходов населения, несовершенством рыночных отношений.

Обеспечение конкурентоспособности отечественных предприятий определяется в большей степени способностью товарного ассортимента предприятия адекватно отвечать текущему потребительскому спросу на количественном и качественном уровнях. Однако, как показывает практика, выбор структуры выпускаемой продукции на российских предприятиях осуществляется без достаточного обоснования, а скорее по инерции, в результате чего снижается эффективность деятельности предприятия на рынке.

Ассортимент производимых товаров является одним из факторов, влияющих на размер получаемой прибыли, а также на ряд других количественных и качественных показателей работы предприятия: рентабельность, оборот, конкурентоспособность, долю рынка и т. д.

Целью дипломной работы является анализ ассортиментной политики ООО «КДВ Яшкино».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Раскрыть теоретические основы изучения ассортиментной политики предприятия.

2. Провести анализ ассортиментной политики ООО «КДВ Яшкино»;

3. Разработать рекомендаций, направленные на рациональное формирование ассортиментной политики.

Объектом исследования является ООО «КДВ Яшкино».

Предметом исследования является анализ ассортиментного предложения в ООО «КДВ Яшкино».

1 Обзор литературы

1.1 Понятие ассортиментной политики предприятия

Ассортимент – набор видов и разновидностей товаров по маркам, наименованиям, размерам, типам, сортам и т. д.

Ассортиментная политика предприятия – это вся система мер по определению набора товарных групп, наиболее предпочтительных для успешной работы на рынке и обеспечивающих экономическую эффективность деятельности предприятия в целом [1].

Ассортиментная политика предприятия является ключевым моментом в его деятельности и базой для укрепления положения предприятия в конкурентной среде.

Ассортиментная политика – это комплекс мероприятий, которые будут направлены на разработку, создание и продвижение всех производимых товаров на предприятии [2].

С экономической точки зрения автор Федько В. П. определяет ассортимент – как, прежде всего отражение межотраслевой и отраслевой пропорции в составе товарного предложения, которое характеризует результаты деятельности предприятий, реализующих товары или услуги, то есть это один из факторов, определяющих степень сбалансированности спроса и предложения [3].

В своих работах Ф. Котлер утверждает, что товарный ассортимент – это группа товаров, тесно связанных между собой, либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов, или через одни те же типы торговых заведений, или в рамках одного и того же диапазона цен [4].

В наше время практически нет компаний, производящих и предлагающих всего один товар. Некоторые компании товаров промышленного

назначения ограничивают свою деятельность производством и сбытом единственной серии или семейства изделий, т. е. товаров, служащих одной и той же цели или настолько близких, что потребитель готов покупать их все. Многие фирмы занимаются производством и сбытом нескольких серий, типов товаров. Набор товаров, выпускаемых компанией, и называют ассортиментом [5].

1.2 Задачи ассортиментной политики

Под анализом ассортиментной политики предприятия мы полагаем обоснование системы дифференцированных цен на выпускаемую продукцию и разработка мероприятий по обеспечению реализации продукции на рынок, разработку маркетинговой стратегии и условий осуществления хозяйственной деятельности.

При анализе ассортиментной политики и всего товарооборота существенное влияние оказывает система ценообразования, так как для потребителя очень важное значение имеет взаимосвязь цена-качество [6].

Ассортиментная политика используется для решения следующих задач [7]:

- увеличение рентабельности продаж;
- увеличение рентабельности чистого собственного капитала предприятия;
- максимизация рентабельности всех активов предприятия;
- стабилизации цен, прибыльности и укрепления позиции на рынке.

Для использования на предприятии ассортиментной политики разрабатывается долгосрочный план для достижения конкретных целей организации, таких как выбору целевых рынков и потребителей; внедрению маркетингового комплекса (продукт, цена, продвижение, позиционирование), разработка определенного ассортимента и увеличение тех или иных позиций.

Разработка мероприятий ассортиментной политики предполагает следующие этапы:

Во-первых, анализ и оценка уровня цен на выпускаемую продукцию и ее товары-заменители. Целью такого анализа является определение минимального уровня цены, используя расчеты точки безубыточности как раз по каждому отдельному виду выпускаемой продукции;

Во-вторых, анализ и оценка собственного потенциала и особенностей товарного рынка. Основной целью осуществления такой оценки является изучение возможностей дифференциации уровня цен с учетом покупательских предпочтений и возможностей конкурентов;

В-третьих, дифференциация цен всей выпускающей продукции с учетом возможностей рынка, его сегментации и уровня операционных издержек. Результаты позволяют сгруппировать все виды производимой и реализуемой продукции по различным целевым ориентирам;

В-четвертых, разработка механизма своевременной корректировки цен по каждому виду изделия с учетом меняющейся конъюнктуры, инфляции и других причин. Данный механизм должен быть разработан на предприятии заранее [8].

Предприятие действует на рынке в условиях конкуренции. Конкуренция — это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров [9].

Различают совершенную и несовершенную конкуренцию. Совершенная конкуренция — это соперничество разных предприятий, которые создают приблизительно одинаковое количество идентичной (совершенно заменяемой) продукции. Несовершенная конкуренция в отличие от совершенной ограничена влиянием монополий и государства.

Главным критерием классификации типов рынков является характер и степень свободы конкуренции и ценообразования. В зависимости от степени свободы конкуренции и образования цен различают четыре основных типа рынков (таблица 1) [10].

Таким образом, для успешной разработки ассортиментной политики необходимо ее планировать на этапе бизнес-планирования предприятия и затем реализовывать в рамках маркетинговой службы.

В настоящее время устойчивое развитие организации вероятно только при увеличении эффективности работы организации, максимизации прибыли и уменьшения издержек.

Затраты в денежном выражении характеризуют объем ресурсов за определенный период, использующихся на производство и сбыт продукции и трансформирующихся в себестоимость продукции, работ и услуг. Прибыль, в свою очередь, является главным результатом деятельности организации в условиях рыночной экономики, а показателем оценки эффективности является величина прибыли от производства и, как раз, реализации товаров. От объема товарооборота и зависит эффективность предприятия. Поэтому одной из главных задач маркетинговой службы является разработка мероприятий для роста товарооборота.

Перечислим функции, которые характерны управлению любым объектом: принятие решений, реализация решений и контроль их выполнения. Функции отдела маркетинга и все ассортиментной политики осуществляются через выполнение элементов управленческого цикла, а именно: прогнозирования и планирования, организации, координации и регулирования, стимулирования их выполнения, учета и конечно, анализа.

Ассортиментная политика организации необходимо для достижения определенного экономического результата, повышения продуктивности работы организации и принятия соответствующих мер в случае необходимости.

Перечислим следующие принципы, на которых строится система ассортиментной политики:

- системный подход;
- проведение анализа на всех стадиях жизненного цикла изготовления продукции - от создания до утилизации;

- применение методов стимулирования заинтересованности в производственных подразделениях организации;
- единство методов, которые практикуются на разных уровнях;
- направленность на исключение излишних видов продукции;
- улучшение информационного обеспечения об структуре ассортимента;

По эффективности самого слабого звена системы находит свое выражение системный подход в управлении.

Отсюда следует, что выявление наименьшей эффективности отдельного звена системы является одной из важных характеристик системного подхода ассортиментной политики.

Таким образом, методическое единство ассортиментной политики намеревается выполнение всех функций анализа по всем элементам структуры, которые направлены на выполнение целей и задач организации в достижении экономических результатов. Соблюдение всех принципов ассортиментной политики в организации производит базу экономической конкурентоспособности предприятия, его передовых позиций в условиях рыночной экономики.

Все затраты, которые необходимы на производство и реализацию продукции определяются совокупностью затрат по стадиям ее жизненного цикла. Экономический жизненный цикл составляет процесс создания, разработки, изготовления, продажи, эксплуатации и утилизации продукта, а его структуру – соотношение расходов по стадиям экономического жизненного цикла.

К важнейшим факторам, которые определяют затраты экономического жизненного цикла продукта, относят не только затраты по стадиям его структуры, но и параметры качества товара и объем ее производства. Поэтому в задачи ассортиментной политики входит проведение постоянного анализа товарооборота по некоторым промежуткам времени, а также в структурном разрезе. Это связано в первую очередь с тем, что руководству по нереализуемой

или мало реализуемой продукции необходимо будет своевременно принять правильное решение: отказаться от выпуска данного вида продукции, модернизировать товар, улучшить качество или просто поменять дизайн упаковки.

Важным фактором, который определяет затраты предприятия, является характеристика качества продукции. Более высокое качество продукции требует, естественно, больших затрат для его обеспечения, что приводит к увеличению цены или снижению рентабельности продукции. Увеличение цены в условиях рыночной экономики нежелательно, потому что снижается объем продаж и доля рынка предприятия, а снижение доходности связано со снижением экономической заинтересованности предприятия в производстве низкорентабельной продукции. Разрешение противоречий достижения высоких качеств продукции и низких затрат при изготовлении, разработке, эксплуатации и утилизации добивается каждым предприятием самостоятельно на основе выполнения исследований и экономических расчетов. Инженерно-экономические расчеты, позволяют разрешить противоречие «затраты – качество», предусматривают при использовании функционально-стоимостного анализа (ФСА) в управлении затратами на предприятии. Метод ФСА может использоваться на всех стадиях экономического жизненного цикла как у изготовителя, так и у потребителя продукции. Также ФСА позволяет достичь желаемого качества выполнения основных функций изделия с незначительными затратами. Но при этом принимаются такие функции изделия, отдельных узлов и деталей, которые выявляют качественные характеристики изделия. Выбирается самый экономичный способ выполнения этих функций. Этого добиваются путем совершенствования конструкции изделия, экономичной технологии выбором рационально используемых материалов, изготовления изделия, узлов и деталей, эффективной системы организации и управления производством [11].

Таким образом, ассортиментная политика – это часть всей корпоративной стратегии компании, она показывает, как должна

эксплуатировать организация имеющиеся ресурсы для получения наивысшего результата в увеличении продаж и доходности от продаж в длительной перспективе.

Цель ассортиментной политики – ориентация на коммерческие ценности. Ассортиментная политика имеет две главные цели – рынок и продукт. Для большинства предприятий ассортиментная политика очень важна, так как она обосновывает направление рыночного поведения предприятия.

Ассортиментная политика определяется управлением организацией, которое основывается на человеческом потенциале как основе организации, направляет торговую деятельность на требования потребителей, производит гибкое регулирование и необходимые регулярные изменения организации, которые отвечают вызову окружения и позволяют добиться преимуществ в конкуренции, что и позволяет организации выжить и достигнуть своей цели в длительной перспективе [12].

Разработка плана ассортиментной политики необходима для обеспечения высокой эффективности проводимых мероприятий в маркетинговой деятельности.

Разработка и непосредственно реализация ассортиментной политики на рынке от любой компании требует гибкости, способности приспособливаться, а порой, в некоторых случаях влиять на действующие механизмы рынка с помощью специальных маркетинговых методов.

Стратегические решения, большинство из которых принимает любая компания, находятся в сфере маркетинга. Например, создание нового предприятия, освоение нового рынка сбыта, слияние или поглощение фирм, выбор поставщиков и партнеров сужение или расширение линейки продуктов, все эти решения могут приниматься в рамках маркетинговой стратегии и ассортиментной политики. Поэтому вся деятельность по ассортиментной политике принадлежит маркетинговой службе предприятия.

Ассортиментная политика зачастую содержит:

– планы компании на долгие сроки на рынках потребителей

- анализирование рассматриваемых рынков, их структуры
- прогнозирование стремления развития рынка
- принципы образования цен и преимущества конкуренции
- выбор эффективной позиции компании на рынке и её обоснование [13].

Ассортиментная политика предполагает методы периодического анализа потребностей, а также разработки концепции рентабельных товаров и услуг, которые позволят обеспечить надежное конкурентное преимущество, и содержит в себе маркетинговые исследования рынка (потребителей, конкурентов и др.), сегментирование рынка, разграничение спроса и обозначение товара.

2 Объект и методы исследования

2.1 Общая характеристика компании ООО «КДВ Яшкино»

Объектом исследования является – ассортиментная структура ООО «КДВ Яшкино».

Теоретической и методологической базой исследования являются материалы трудов отечественных и зарубежных исследователей вопросов ассортиментной структуры и методику ее анализа [14, 15, 16].

В процессе работы использованы методы сравнительного анализа, логической и статистической обработки данных на основе компьютерных вычислительных ресурсов и возможностей отображения изучаемой информации.

Научная новизна исследования заключается в предложении рекомендаций по совершенствованию ассортиментной структуры ООО «КДВ Яшкино».

Базой исследования является дисконт – пищевой комбинат, расположенный в пгт. Яшкино Кемеровской области.

Комбинат был открыт почти 70 лет назад, в 1946г. Его работа представляла значимость только в пределах района, предприятие в то время выпускало зефир и газированную воду. В 1984 г. на комбинате были установлены новые производственные линии по производству печенья и пряников. Уже к началу 90-х годов комбинат распался, но в 1997 г. началось возрождение. Комбинат купил «КДВ Групп».

Основным учредительным документом комбината является устав. Основная его деятельность направлена на производства кондитерских изделий, в ассортимент которого входит:

- вафли;
- рулеты;

- бисквиты;
- печенья.

ООО «КДВ Яшкино» расположен в благоприятных природных и социальных условиях. Рядом имеются коммуникационные связи, водоснабжение, электроснабжение, канализации и подъездные пути, в настоящее время к комбинату проложен подъездной железнодорожный путь.

Для обеспечения производственного процесса комбинат владеет собственной котельной, столовой, подсобными цехами, магазином, скважинами водоснабжения, гаражи.

ООО КДВ Яшкино занимается логистикой, расширением дистрибьюторской сети и рынков сбыта. Для постоянного выпуска качественной продукции часто проводится замена оборудования, вводятся в работу современные производственные линии. Специалисты предприятия постоянно работают над расширением ассортимента продукции. Значительное внимание уделяется не только содержанию, но и форме. Дизайн упаковке также постоянно совершенствуется и улучшается.

В настоящее время группа компаний КДВ входит в тройку крупнейших производителей кондитерской и снеговой продукции в РФ. В составе компании 11 фабрик в России, таких как: «КДВ Яшкино» (Кемеровская обл. пгт. Яшкино); «КДВ Минусинск» (Красноярский край, г. Минусинск); «КДВ Кемерово» (г. Кемерово); «КДВ Нижний Тагил» (Свердловская обл. г. Нижний Тагил), «Бриджтаун-Фудс»(г. Владимир), "КДВ Воронеж" (г. Воронеж). Центральный офис находится в г.Томске. Предприятия компании выпускают вафли, печенье, бисквиты, рулеты под торговыми марками «Яшкино», «Кремка», «Диво», «Манилки», «Альпийские», «Малышок» и «Бонди» и др. Около 50% объемов производства «КДВ Групп» приходится на Яшкинский пищекомбинат. Поэтому в выпускной дипломной работе внимание будет уделено только КДВ Яшкино.

На сегодняшний день в Яшкино кондитерская продукция выпускается на австрийском, немецком, итальянском, датском, голландском, французском,

бразильском и американском оборудовании. Общий объем инвестиций, вложенных в Яшкинский пищекомбинат, в ценах покупок составил около 60 миллион евро.

Основные конкуренты:

- «Диво»,
- «3 Корочки»,
- «Делмор».

Вся продукция непосредственно на производственной линии фасуется в индивидуальную упаковку. Максимальный вес каждой пачки кондитерских изделий составляет 500 грамм (для тортов).

Предприятие выпускает следующие категории товаров:

- печенье - Ассортимент печенья представлен следующими видами продукции: печенье «Овсяночка»; печенье сдобное со злаками «Дженс»; печенье-сэндвич «Яшкино» с клубничным и сливочным кремом; сдобное, воздушное бисквитное печенье с разными начинками;

- вафли—также выпускаются с различными вкусовыми добавками и в шоколаде;

- рулет – их ассортимент значительно больше, они выпускаются бисквитными рулетами с различными наполнителями;

- конфеты, шоколад – это достаточно новый вид продукции. Конфеты и шоколад на предприятии стали выпускать с 2013года. В настоящее время установили новую производственную линию по производству конфет. Эта группа товарного ассортимента ежегодно увеличивается по количественному показателю производства, так как по мнению покупателей в соотношении цена-качества, они набирают популярность и пользуются спросом.

Общая численность персонала в 2016 г. составила 1086 человек.

Основным видом деятельности является производство кондитерских изделий.

Основными компаниями, осуществляющие транспортные перевозки грузов являются Байт транзит континент (БТК) и Первая экспедиционная компания.

2.2 Краткая характеристика финансово-хозяйственной деятельности ООО «КДВ Яшкино»

Основным видом деятельности общества с ограниченной ответственностью ООО «КДВ Яшкино» является производство кондитерских изделий. Анализироваться финансовые показатели деятельности предприятия и ассортиментную политику организации. На самом деле ассортимент достаточно широко представлен предприятием и был разработан много лет назад. Всю продукцию предприятия мы разделим на 4 группы: печенья, вафли, рулеты и конфеты.

В таблице 1 приведены основные технико-экономические показатели деятельности ООО «КДВ Яшкино» за 2004 – 2016гг.

Как мы видим, из таблицы 1, товарооборот за последние годы увеличивается. Темп роста в 2015 году составил 294%. В 2016 году рост составил уже 23%.

В 2015 году издержки обращения увеличились, по сравнению с предыдущим годом на 73%. 2016 год показал падение издержек обращения на 7 процентов.

Как видно из показателей, представленных в таблице 1, среднесписочная численность работников за последние 3 года изменилась, добавились 2 управленческих должности и рабочие на производственную линию. Это было связано с тем, что на предприятии была запущена новая производственная линия по производству конфет.

Стоимость основных фондов предприятия за 2016 год понизилась на 4,4 % и составила 5725,85 тыс. руб., это связано с переоценкой основных фондов.

Фондоотдача в свою очередь увеличилась в 2016 году на 399,22 тыс. руб. или на 28 %.

Зарботная плата работников растет чуть более, чем на 4 % каждый год, это обусловлено увеличением товарооборота и повышением минимальной ставки заработной платы.

Таблица 1– Основные технико-экономические показатели деятельности ООО «КДВ Яшкино» за 2014-2016 гг.

показатели	Годы			Отклонение		Темп роста, %	
	2014	2015	2016	2015/ 2014	2016/ 2015	2015/ 2014	2016/ 2015
1	2	3	4	5	6	7	8
Объем товарооборота, тыс. руб.	28777,29	85422,53	104512,03	56645,25	19089,49	196,8	22,3
Издержки обращения, тыс. руб.	11956,86	20687,67	19193,35	8370,75	-1494,26	73	-7
Сумма валового дохода, тыс. руб.	15827,50	46982,40	53301,14	31154,9	7813,05	196	13,5
Внереализационные расходы, тыс. руб.	114,48	548,2	1090	433,72	541,8	378,9	98,8
Прибыль от реализации, тыс.руб.	3985,12	26294,73	35197,79	22309,61	8903,06	559	33
Среднемесячная ЗП, тыс. руб.	22,43	23,55	24,56	1,12	1,01	4,9	4,3
Рентабельность, %	13,4	30,8	32,6	17,4	1,8	129,8	5,8
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	3870,64	26294,73	34107,79	22424,09	7813,06	579,2	29,7
Налог на прибыль, тыс. руб.	774,12	5258,95	6818,55	4484,83	1559,60	579,2	29,7
Себестоимость товаров, тыс. руб.	12949,78	38440,13	51210,89	25490,35	13070,76	196,8	233,2
Прибыль чистая, тыс.руб.	3096,52	21035,18	27286,23	17939,26	6250,45	579,2	29,7
Среднегодовая стоимость основных фондов тыс. руб.	5356,81	5989,11	5725,85	632,30	-263,16	11,1	-4,4
Фондоотдача, тыс. руб.	5372,095	14262,98	18252,67	8890,88	3989,69	165,5	27,97
Производительность труда, тыс. руб./чел.	1106,82	3050,81	3483,73	432,93	2376,92	175,6	14,19
Среднесписочная численность персонала, чел	906	1056	1085	150	31	16,55	2,75

Рентабельность – является основным показателем, который характеризует эффективность работы организации. В компании рентабельность в 2016 году по сравнению с 2015 увеличилась на 5,8%. В результате увеличения доходов наблюдается повышение рентабельности с 30,8% до 32,6%. На рис.1 отчетливо видно, что уровень рентабельности резко увеличился с 2014 года по 2015 год. Такой скачок был вызван, что с 2013 г. по 2014 г. на предприятии устанавливали новые производственные линии, производство продукции было сокращено. Решение о вводе новых производственных линий по производству конфет было принято своевременно, и из табл. 1 так же видно, что все показатели финансовой деятельности ООО «КДВ Яшкино» значительно увеличились с 2014 г. по 2015 г.

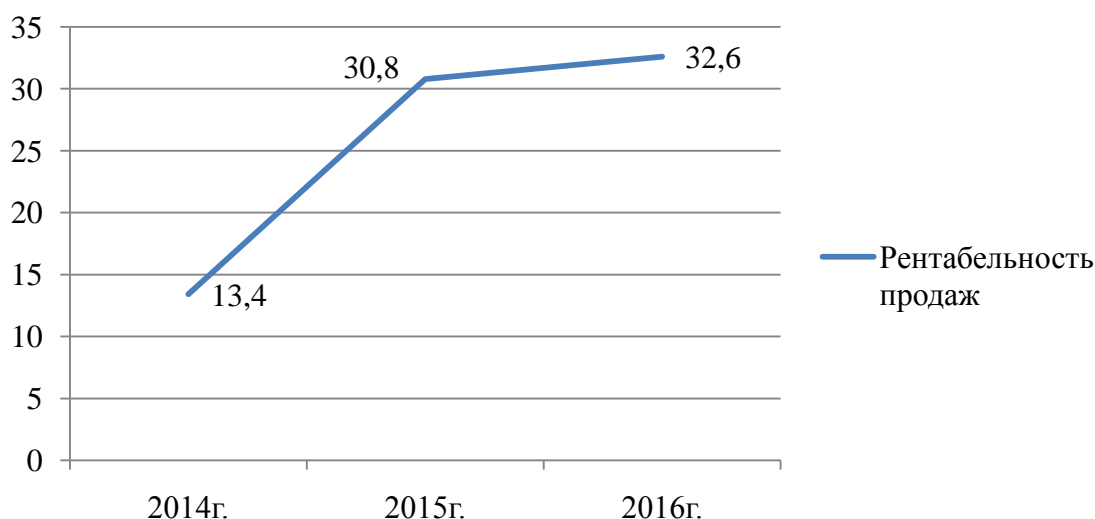


Рисунок 1 – Уровень рентабельности продаж ООО «КДВ Яшкино» в период с 2014-2016 гг.

Товарооборот значительно увеличился с 2014г по 2015г. и составил 85422,53 тыс.руб, что в натуральном выражении увеличилось на 56645,25 тыс.руб. За счет увеличения товарооборота, соответственно выросла и себестоимость именно в суммарном выражении. Положительная динамика товарооборота поспособствовало увеличению прибыли, увеличению производительности труда, т.к. компанию за счет установки новой

производственной линии создало рабочие места и за три года на предприятии их увеличение составило 179 человек. Само увеличение товарооборота вызвано в первую очередь тем, что были запущены новые производственные линии.

В следующем разделе мы проведем анализ товарного ассортимента по категориям, товарооборота по кварталам.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Анализ товарооборота ООО «КДВ Яшкино»

Проведем анализ товарооборота по годам во временном аспекте, т.е. по кварталам (см.табл.2) [17, 18, 19].

Таблица 2 – Анализ динамики общего объема товарооборота ООО «КДВ Яшкино» по кварталам за 2014-2016 гг.

Кварталы	Объем розничного товарооборота						Отклонение (+;-), тыс. руб.		Темп изменения, %	
	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2015/2014	2016/2015	2015/2014	2016/2015
	Сумма, тыс.руб	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %				
1	8099,2	28,1	20069,694	23,4	21917,874	20,9	11970,494	1848,18	147,8	9,21
2	9155,39	31,8	18534,843	21,6	27075,317	25,9	9379,453	8540,474	102,45	46,01
3	7384,15	25,6	23839,976	28,1	29122,933	28,0	16455,826	5283,933	222,85	22,14
4	4138,55	14,5	22978,023	26,9	26395,902	25,2	18839,473	3417,879	455,18	14,83
Итого:	28777,29	100	85422,536	100	104512,026	100	-	-	-	-

Проанализировав таблицу 2, можно сделать следующие выводы: по кварталам розничный товарооборот ООО «КДВ Яшкино» распределялся неравномерно. Наибольший удельный вес в годовом товарообороте приходится в 2014 года занимает оборот второго квартала – свыше 31%, а наименьший удельный вес в годовом обороте приходится на четвертый квартал того же года – 14 %, а вот в последующих годах ситуация практически не изменилась. Если в 2014 году фактор сезонности хорошо просматривался в динамике по кварталам, то в 2015 и 2016 гг. структура товарооборота по кварталам практически равномерно. Это связано скорее всего с тем, что на предприятии устанавливали новые производственные линии, и некоторое производство, таких производство пряников пришлось остановить. Наглядно распределение товарооборота по квартал можно посмотреть на рисунке 2.

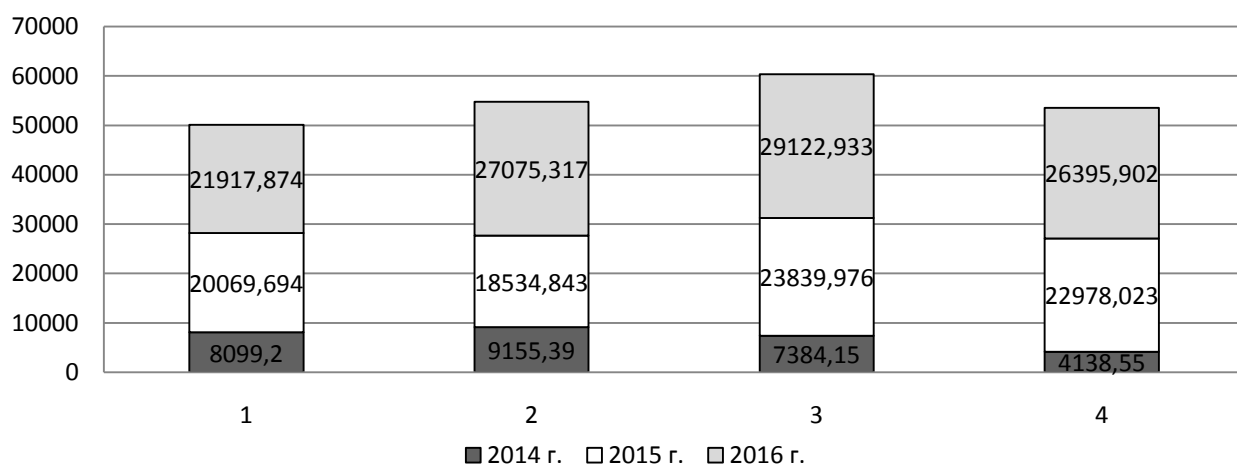


Рисунок 2 – Анализ товарооборота по кварталам ООО «КДВ Яшкино», тыс.руб.

На рис.2 более наглядно видно, что товарооборот значительно увеличился в период 2015-2016 гг. Произошло так же удельное его изменение и по кварталам.

Для оценки распределения розничного товарооборота по отдельным кварталам целесообразно также осуществлять расчет индексов сезонности (I_c), который рассчитывается по формуле:

$$I_c = TO_i \text{ ср} / TO_{\text{ср}}, \quad (1)$$

где $TO_i \text{ ср}$ – средний розничный товарооборот за квартал, тыс. руб.;

$TO_{\text{ср}}$ - среднеквартальный объем розничного товарооборота, тыс.руб.

$$TO_{\text{ср}} = \sum TO_i / 3, \quad (2)$$

Результаты расчетов можно обобщить в таблице 3. По данным таблицы можно сделать следующие выводы: товарооборот данной организации характеризуется резко выраженной сезонностью. Можно отметить, что наибольший спрос на кондитерские изделия ООО «КДВ Яшкино» приходится на третий квартал года.

Индекс сезонности составил: во третьем квартале составил 28. Так же можно отметить, что третий квартал является самым прибыльным, т.к. суммарный валовой доход за третьи кварталы года составляет 60347,059 тыс. руб., а наименьший суммарный доход приходится на первый квартал.

Таблица 3 - Анализ индексов сезонности развития розничного товарооборота ООО «КДВ Яшкино» по кварталам за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Кварталы	Розничный товарооборот за квартал(ТОi), тыс. руб.			Сумма квартальных значений (Σ ТОi)	Среднеквартальное значение (ТОi ср)	Индекс сезонности
	2014	2015	2016			
1	8099,2	20069,694	21917,874	50086,768	16695,589	23
2	9155,39	18534,843	27075,317	54765,55	18255,183	25
3	7384,15	23839,976	29122,933	60347,059	20115,686	28
4	4138,55	22978,023	26395,902	53512,475	17837,491	25
Итого:	28777,287	85422,536	104512,026	-	72903,949	-

Следующим направлением является анализ динамики розничного товарооборота в ассортиментном разрезе. Данный анализ позволит выявить сильные и слабые ассортиментные группы производственной компании, тем самым укажет, на какую группу надо обращать особое внимание, какие действия необходимо выполнить для улучшения результатов по конкретной группе (см.табл.4).

Таблица 4 - Анализ розничного товарооборота ООО «КДВ Яшкино» в ассортиментном разрезе за период 2014-2016 гг.

Товарные группы	Объем розничного товарооборота						Отклонение (+;-), тыс. руб.		Темп изменения, %	
	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2015/2014	2016/2015	2015/2014	2016/2015
	Сумма, тыс.руб	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %				
Вафли	12013,2	41,7	31541,374	36,9	37548,315	35,9	19501,174	6006,941	162,6	19,01
Рулеты, бисквиты	4078,12	14,2	5579,564	6,5	6145,487	5,88	1501,444	565,923	36,8	10,1
Печенье, пряники	12116,58	42,1	35242,117	41,3	43769,660	41,9	23125,537	8527,543	190,9	24,2
Конфеты, шоколад	569,39	2,0	13059,481	15,3	17048,564	16,32	12490,091	3989,083	2193,6	30,5
Итого:	28777,29	100	85422,536	100	104512,026	100	-	-	-	-

Проанализировав товарооборот в ассортиментном разрезе можно сделать следующие выводы, что наибольший удельный вес среди ассортиментных групп занимает товарная группа «Печенье, пряники». Её удельный вес составляет на протяжении трех лет около 42%. Также можно отметить то, что высокий удельный вес преобладает у товарной группы «Вафли» и варьируется от 35-41%. Этот факт объясняется тем, что: во-первых, это самая распространенная товарная группа, и ее производство как первой, так и второй, было на протяжении многих лет единственным производством; во-вторых, низкий удельный вес товарной группы «конфеты, шоколад» вызвано тем, что она впервые была введена в производство в 2013-2014 гг. И тем не менее, за счет умеренных цен в данной категории ее товарооборот за три года значительно увеличился и составил уже в 2015 г. 13059,481 тыс.руб., что составило увеличение по сравнению с предыдущим годом на 12 490,091тыс.руб.

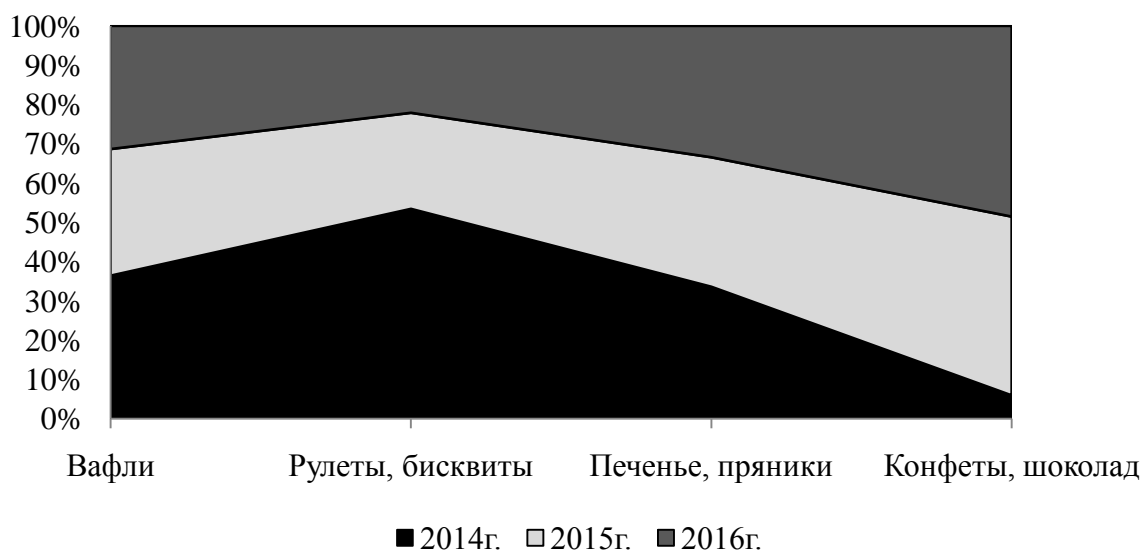


Рисунок 3 – Динамика удельного веса в ассортиментном разрезе ООО «КДВ Яшкино» за 2014-2016 гг.

Проведя анализ валового товарооборота по товарным группам (см.рис.4), можно заметить, что показатели валового дохода по всем товарным группам выросли на протяжении всего анализируемого периода. Такая ситуация говорит

о хорошем финансовом положении предприятия в целом. Так по группе «конфеты, шоколад» валовой доход вырос на 2193,6% с 2014 г. по 2015 г. и составил 12490,091 тыс. руб. Это говорит о том, что несмотря на новый товар на рынке он пользуется спросом, т.к. бренд предприятия узнаваем и люди предпочитают покупать продукцию данного предприятия.

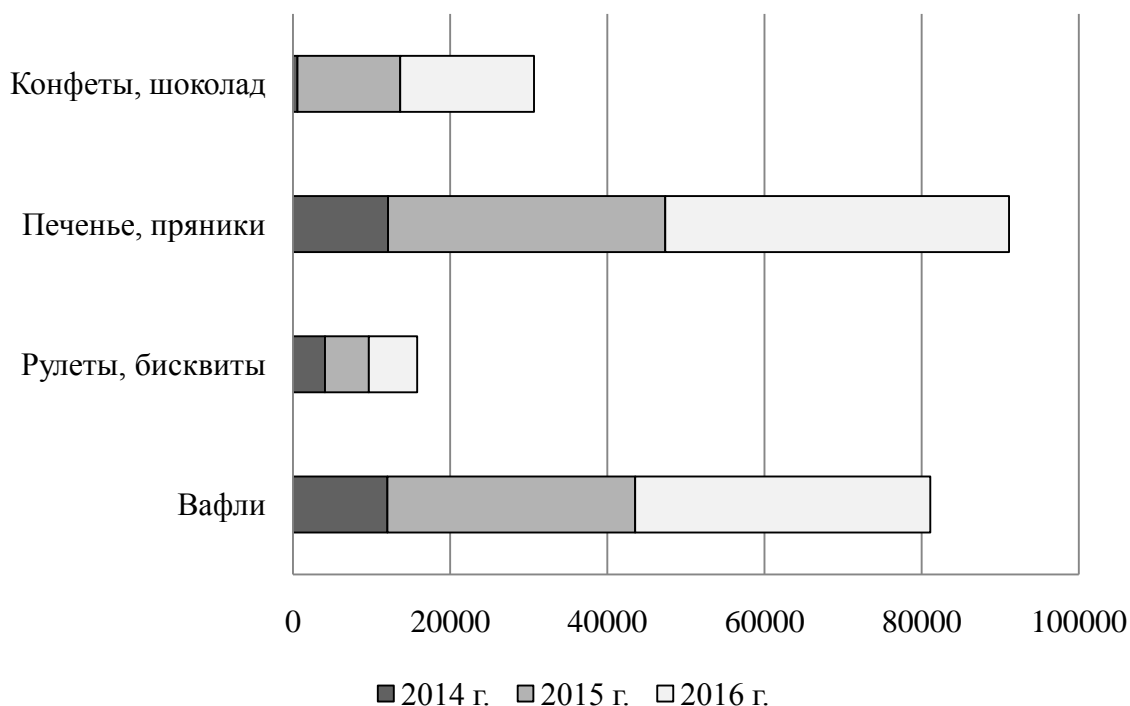


Рисунок 4 – Анализ валового товарооборота в ассортиментном разрезе ООО «КДВ Яшкино» за 2014-2016 гг.

Результаты анализа выявили, что показатели валового дохода по всем товарным группам выросли. Данная ситуация объясняется увеличением ассортимента, снижением затрат, увеличением товарооборачиваемости.

В данном случае значительное влияние на валовой доход оказывает изменение структуры товарооборота через собственную сбытовую сеть. Увеличение в товарообороте доли товаров с более высокими размерами торговых надбавок ведет к росту среднего уровня валового дохода. В основном, увеличение валового дохода предприятия, в т.ч. и по товарным группам произошло за счет увеличения выпуска продукции и запуска новой производственной линии. Поэтому особое внимание должно уделяться

выявлению и мобилизации возможностей и резервов роста валового дохода за счет увеличения объема товарооборота, улучшения его структуры, совершенствования звенности товародвижения, сокращения и предупреждения товарных потерь.

Проведенный на основе полученных данных анализ основных показателей товарооборота, позволяет сделать следующие выводы:

- товароборот организации из года в год увеличивается;
- достигнут рост товарооборота по всем товарным группам;
- выросли показатели прибыли и рентабельности.

В целом за анализируемый период предприятие выполняло плановые показатели практически по всем основным направлениям. На протяжении последних трех лет наблюдается высокопроизводительная, рентабельная деятельность всей организации.

4 Результаты проведенного исследования

4.1 Анализ ассортиментной политики ООО «КДВ Яшкино»

В качестве методов исследования были выбраны наблюдение, опрос (интервью и анкетирование), изучение данных управленческого учета и отчетности.

Первым этапом ассортиментной политики предприятия является планирование. Планирование продаж происходит следующим образом. Отдел планирования и прогнозирования компании использует в качестве базы для расчета объем продаж за предыдущий отчетный период и прибавляет к нему 30%, так получается план на следующий месяц или год. Планированием ассортимента занимаются в центральном офисе компании в г. Томске.

Формирование цен ООО «КДВ Яшкино», так же происходит в центральном офисе компании. На общем собрании руководители выносят решение о повышении или снижении цен на определенные модели, в зависимости от коллекции и года выпуска.

Особое внимание руководством уделяется планированию мероприятий по стимулированию продаж. Регулярно планируются и проводятся различные маркетинговые акции. Основная их цель это увеличение продаж, среднего чека и лояльности покупателей к бренду.

В настоящее время ООО «КДВ Яшкино» использует для хранения информации и учета любых видов торговых операций программу 1С:Торговля и Склад.

Основной целью стимулирования персонала является обеспечение роста доходов. С целью более полного исследования мотивации персонала рассмотрим результаты анкетирования сотрудников магазина, с помощью анкеты, приведенной в Приложение А.

В анкетировании приняли участие 20 респондентов, среди которых административный состав 2 человека:

- директор отдела;
- заместитель директора.

Вспомогательный персонал отдела снабжения:

- кладовщики (5 человек);
- менеджеры (4 человека);
- маркетологи (2 человек);
- начальник склада (1 человек);
- грузчики (6 человек).

При анкетировании учитывался пол, возраст, должность и стаж работы на данном предприятии, что позволит более полно провести анализ данных. Анкетирование было добровольным. Краткая характеристика выборки представлена в табл.5.

Таблица 5 – Анализ стимулирования отдела снабжения ООО «КДВ Яшкино»

Содержание вопроса и вариант ответа	Количество респондентов (чел.)	% от числа опрошенных
1 Ваш пол:		
1.1 мужской	11	55
1.2 женский	9	45
2 Ваш возраст:		
2.1 18-22	18	90
2.2 22 – и выше	2	10
3 Образование:		
3.1 высшее	6	30
3.2 неоконченное высшее	11	55
3.3 среднее специальное	3	15
4 Должность:		
4.1 директор	1	5
4.2 зам. по товару	1	5
4.3 кладовщик	5	25
4.4 кассир	4	20
4.5 мерчендайзер	9	45
5 Стаж работы:		
5.1 0-1 год	10	50
5.2 1-3 года	6	30
5.3 3 года и более	4	20

Анализируя данные таблицы 5 можно сделать выводы, что коллектив магазина достаточно молодой, средний возраст составляет 20,4 года. Рассмотрев уровень образования можно сказать, что 55% сотрудников имеют неоконченное высшее образование, высшее 30% и среднее специальное 15% опрошенных. Стаж работы в среднем составляет 1,3 года.

С целью изучения проблем, связанных с процессом планирования ассортимента и объемов продаж, а также систему управления всего отдела снабжения на предприятии была использована Анкета, состоящая из 12 вопросов.

Следует отметить, что анкета позволяет охарактеризовать мотивацию персонала и управление процессом продаж по следующим параметрам:

- содержание работы;
- потребность в хороших взаимоотношениях;
- мотивация;
- организация труда в организации;
- процесс управления продажами в организации.

Результаты опроса представлены в таблице 6.

По результатам анкетирования видно, что половина сотрудников довольна своим окладом, а другая половина – нет. Это связано с тем, что коллектив достаточно молодой, и, следовательно, они рады и не большому заработку, а те кто оказались недовольны – это в основном административный персонал и работники, которые работают больше трех лет в организации.

Большинство опрошенных, а именно 95% сотрудников довольны своим графиком работы. Это можно объяснить тем, что график достаточно гибкий, есть возможность подстроить работу под учебу (курсы, дополнительное обучение), так же за счет довольно большого коллектива возможны подмены.

По результатам анкетирования 25% респондентов считают, что у них ограниченный круг обязанностей, который бы они хотели расширить. Все сотрудники проявляют самостоятельность в том или ином задании, что положительно влияет на систему управления.

Таблица 6 – Результаты опроса сотрудников компании

Вопрос	Да (%)	Нет (%)	Комментарии
1	2	3	4
Устраивают ли вас приведенные ниже характеристики Вашей трудовой жизни?			
1.Размер заработной платы	50	50	
2.Режим работы	95	5	
3.Разнообразие работы	75	25	
4.Необходимость решения новых проблем	80	20	
5.Самостоятельность в работе	100		
6.Соответствие работы личным способностям	70	30	
7.Возможность должностного продвижения	80	20	
8.Санитарно-гигиенические условия	55	45	Отсутствие кондиционеров, маленькое помещение для отдыха
9. Уровень организации труда	70	30	
10. Отношения с коллегами	100		
11.Отношения с непосредственным руководителем	95	5	
12. Уровень технической оснащённости	40	60	Старые ПК, устаревшее оборудование
13. Интересна ли Вам та работа, которую вы сейчас выполняете:	85	15	
14. Считаете ли Вы свою работу значимой для всей команды	100		
15. Хотели ли бы Вы заниматься другим видом деятельности в компании	85	15	

Санитарно-гигиенические условия труда не устраивают 45% опрошенных, это связано с отсутствием системы кондиционирования (летом очень душно, зимой холодно), запыленностью помещения, плохим освещением.

Отношения с коллегами в коллективе, так же как и с руководителем благоприятные. Объясняется это тем, что коллектив молодой, возрастных барьеров как таковых не существует, с руководителем легко можно найти общий язык, обсудить планы и проблемы которые интересуют работника.

Лишь 40% сотрудников довольны техническим оснащением. Проблема состоит в том, что в отделе снабжения имеется устаревшее оборудование, на складе только одна кара для погрузки продукции, что замедляет процесс

работы для всего персонала. Важным является то, что 90% опрошенных хотели бы получать новые знания, умения, навыки работы с новой техникой. Хотели бы сменить место работы 45% сотрудников, аргументируя следующим: низкая заработная плата, переутомление, увеличение требований со стороны руководства.

Система ежемесячного отчета о продаж по категориям и пересчет товара не устраивает всех сотрудников. Это довольно сложна процедура, учитывая, что в отделе устаревшее оборудование и совершенно нет сайта у предприятия.

Далее рассмотрим, как оценивают уровень организации процесса продаж потребители продукции, т. к. это один из основных показателей при анализе ассортиментной политики. Нами был проведен опрос основных потребителей как из мелкой розницы, так из крупных закупщиков. В опросе приняли участие 50 респондентов, из этих респондентов 15 – это частный покупатель из магазинов.

Краткая характеристика респондентов приведена в таблице 7.

Сравнив показатели посещения магазина клиентами разного пола, можно сказать, что чаще заходят в магазин мужчины. Самая многочисленна аудитория покупателей – это люди в возрасте от 25 до 40 лет.

Потребители мелкой розницы приезжают за продукцией 1 раз в неделю, или 1 в две недели. Есть поставщики из европейской части страны, которые приезжают раз в месяц или реже. Опрошены были и рядовые покупатели из магазинов, они приобретают продукции предприятия раз в неделю. Их возраст достаточно разнообразен. Причем, по мнению всех потребителей продукции возраст потребителей продукции в основном уже за сорок. Чтобы привлечь более молодое поколение к продукции, необходимо сменить дизайн и ассортимент. Привлечь предприятие смогло молодое поколение на данный момент структурной группой «конфеты и шоколад».

Таблица 7– Анализ потребительских предпочтений продукции ООО «КДВ Яшкино»

Содержание вопроса и вариант ответа	Количество респондентов (чел.)	% от числа опрошенных
1	2	3
1. Ваш пол:		
1.1 мужской	31	65
1.2 женский	19	35
2. Ваш возраст		
2.1 18-25 лет	12	24
2.2 25-40 лет	19	38
2.3 40-50 лет	11	22
2.4 50 и выше	8	16
3. Уровень образования		
3.1 высшее	25	50
3.2 неоконченное высшее	14	28
3.3 среднее техническое	11	22
4. Периодичность закупа продукции		
4.1 раз в месяц	13	26
4.2 раз в неделю	6	12
4.4 реже чем раз в месяц	12	24
5. Устраивает ли Вас ассортимент?		
5.1 полностью устраивает	38	76
5.2 не устраивает	9	18
5.3 мало размеров	3	6
6. Хорошо ли Вас обслуживают?		
6.1 да		
6.2 нет	17	34
6.3 затрудняюсь ответить	10	20
	23	46
7. Согласны ли Вы получать оповещения с информацией?		
7.1 да	44	88
7.2 нет	6	12

На вопрос «Устраивает ли Вас ассортимент магазина?» респонденты ответили следующим образом: полностью устраивает ассортимент 76% опрошенных; 18 % остались не довольны предложенным товаром; 6% заявили, что хотели бы видеть больше видов печенья и конфет.

Основная масса закупщиков с удовольствием согласилась получать уведомления, для них это очень удобная услуга.

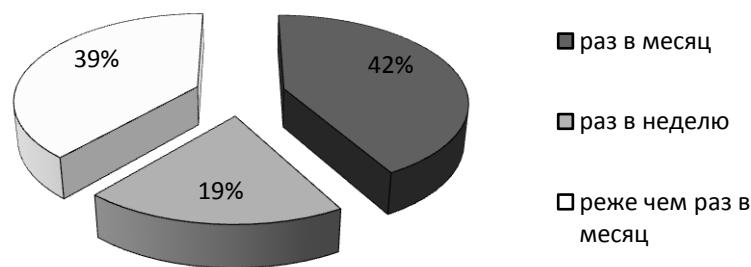


Рисунок 5 – Периодичность закупа продукции потребителями

Большинство покупателей, а именно 55%, довольны качеством продаваемой продукции в магазине, 35% затруднились ответить, пояснив это тем, что впервые сталкиваются с продукцией и лишь 10% недовольны качеством, так как в любом производстве бывает брак.

Уровень цен устраивает всех закупщиков.

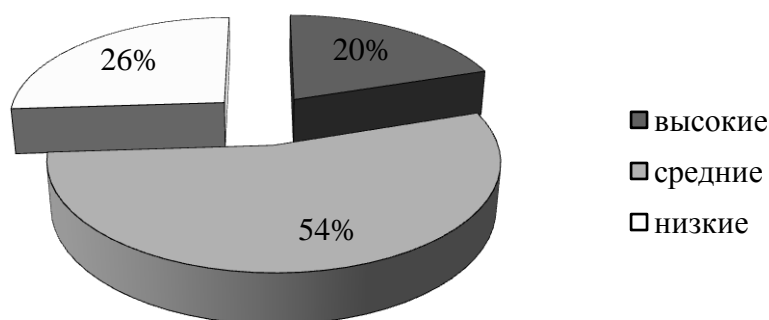


Рисунок 6 – Оценка уровня цен в на продукцию ООО «КДВ Яшкино»

В целом, опрос показал, что не все покупатели и не всегда остаются довольны обслуживанием, ассортиментом, ценами и предлагаемыми услугами на исследуемом предприятии.

Исходя их результатов опроса работников и покупателей дисконт, можно выделить ряд возникших проблем в магазине:

- отсутствие новейших методов информирования покупателей о проходящих акциях, распродажах;

- не использование современных способов мотивации и обучения персонала, низкое качество обслуживания покупателей;
- устаревшее торговое оборудование и персональные компьютеры;
- небольшой ассортимент.

Рассмотрим данные проблемы и причины их возникновения подробнее.

Наиболее важной, на наш взгляд, проблемой является то, что в компании не применяются современные методы формирования клиентской базы и управления ей. В магазине не ведется сбор и хранение информации о клиентах, соответственно не происходит никакого пост продажного взаимодействия с ними (кроме случаев, предъявления клиентами претензий по качеству товаров). Отсутствие современных методов информирования покупателей влечет за собой отсутствие обратной связи и ограничивает возможности предприятия по управлению поведением клиентов при повторных покупках. Конкуренция в сфере торговли непрерывно растет и чтобы отстаивать лидирующие позиции предприятию необходимо внедрять новейшие методы информирования покупателей. Таким образом, в настоящее время, компания не может вести и анализировать статистику покупок, а так же активно удерживать постоянных покупателей.

Второй проблемой, выявленной в ходе анализа, является не использование современных способов обучения персонала, вследствие чего наблюдается низкое качество обслуживания.

Использование в управлении организацией современных методов и средств обучения является эффективным фактором мотивации персонала, направленным на удовлетворение потребностей высшего уровня. Кроме того, своевременно проведенное обучение позволяет повысить работоспособность персонала, качество обслуживания и лояльность к организации. Так же своевременное и эффективное обучение персонала влечет за собой увеличение интереса к работе сотрудников, снижение текучести персонала.

Следующая проблема заключается в использовании устаревшего торгового оборудования и персональных компьютеров для организации процесса продажи. Замена торгового оборудования актуальна.

Таким образом, можно сказать, что на предприятии существует ряд небольших проблем, которые необходимо решать.

4.2 Рекомендации по совершенствованию исследования ассортиментной структуры ООО «КДВ Яшкино»

Для улучшения ассортиментной структуры ООО «КДВ Яшкино» и, вследствие этого самого процесса продаж, руководству необходимо использовать ряд инновационных технологий, которые улучшат работу и повысят интерес работников.

Первой выявленной проблемой является отсутствие базы постоянных клиентов, это ограничивает возможности предприятия по управлению поведения клиентов при повторных покупках. Решением данной проблемы может являться использование CRM технологий.

Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система, сокращение от англ. CustomerRelationshipManagement) — прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процедур и последующего анализа результатов.

CRM — модель взаимодействия, полагающая, что центром всей философии бизнеса является клиент, а основными направлениями деятельности являются меры по поддержке эффективно го маркетинга, продаж и обслуживания клиентов. Поддержка этих бизнес-целей включает сбор, хранение и анализ информации о потребителях, поставщиках, партнёрах, а

также о внутренних процессах компании. Функции для поддержки этих бизнес-целей включают продажи, маркетинг, поддержку потребителей.

Основные принципы функционирования CRM систем:

- 1 Наличие единого хранилища информации, куда собираются сведения о взаимодействии с клиентами;
- 2 Использование многих каналов взаимодействия: обслуживание на точках продаж, телефонные звонки, электронная почта, мероприятия, встречи, регистрационные формы на веб-сайтах, рекламные ссылки, чаты, социальные сети;
- 3 Анализ собранной информации о клиентах и подготовка данных для принятия соответствующих решений — например, сегментация клиентов на основе их значимости для компании, потенциальном отклике на те или иные промо-акции, прогнозе потребности в тех или иных продуктах компании.

Этот подход подразумевает, что при взаимодействии с клиентом сотруднику компании доступна вся необходимая информация о взаимоотношениях с этим клиентом и решение принимается на основе этой информации (информация о решении, в свою очередь, тоже сохраняется).

Данная база поможет предприятию собирать необходимую базу клиентов, оповещать их, и отслеживать ассортимент их закупок, что наиболее предпочтительнее, а что требует улучшения.

Для оценки эффективности внедрения данной CRM-системы необходимо определить совокупные затраты на ее установку и обслуживание. Покупка лицензионного программного обеспечения составит сумму 97 тыс. руб., услуги по установке и наладиванию данной системы составят 12 тыс. руб. Дальнейшее обслуживание составит 3 тыс. руб. в год. Следовательно, совокупные единовременные затраты составят 112 000 руб.

По прогнозам внедрение данной системы приведет к увеличению товарооборота на 3% в течение года. Базисным периодом для сравнения

определяется 2016 год, когда совокупная величина товарооборота составила 104512,03 тыс. руб. Таким образом, прирост товарооборота составит:

$$104512,03 \text{ тыс. руб.} * 0,03 = 3135,36 \text{ тыс. руб.}$$

$$104512,03 \text{ тыс. руб.} + 3135,36 \text{ тыс. руб.} = 107647,39 \text{ тыс. руб.}$$

Разница между прогнозируемым ростом доходов и затратами на внедрение программного обеспечения составят экономический эффект данного мероприятия:

$$3135,36 \text{ тыс. руб.} - 112 \text{ тыс. руб.} = 3023,36 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, экономический эффект внедрения CRM-системы в течение одного года составит 3023,36 тыс. руб. Проведенные расчеты характеризуют положительный эффект от внедрения системы управления клиентскими взаимоотношениями.

Второй из выделенных проблем, касаются низкого уровня информационно-технического обеспечения процесса продаж.

Конечно, гарантировать двукратное увеличение уровня продаж сложно, но увеличение данного показателя очевидно, хотя бы на то количество продаж, которое мы потеряли из-за не своевременной доставки товара и погрузки товара.

На сегодняшний день, оборудование, которое есть уже устарело, сложно внедрять новые программы работы, которые впервые очередь необходимы для исследования, увеличивать скорость обслуживания и погрузку продукции. Это проблему можно решить заменой торгового оборудования и ПК. Процедура достаточно затратная, но в дальнейшем она даст возможность увеличивать скорость обслуживания клиентов, быстрее принимать и учитывать поставки.

Затраты на внедрение данной рекомендации рассчитаны следующим образом. Покупка Wi-Fi роутера на склад 2 тыс. руб., покупка еще одного КПК для кладовщиков 36 тыс. руб. Непрерывное соединение с сетью Интернет 10 тыс. руб. в год. Автотранспорт для склада «Кара» 1510 тыс. руб. Общие затраты составят 1558 тыс. руб. Периодом для сравнения является 2016 год, когда величина товарооборота составила 104512,03 тыс. руб. Внедрение данной

процедуры увеличит продажи, по прогнозам на 4%. Таким образом, прирост товарооборота составит:

$$104512,03 \text{ тыс. руб.} \cdot 0,04 = 4180,48 \text{ тыс. руб.}$$

$$104512,03 \text{ тыс. руб.} + 4180,48 \text{ тыс. руб.} = 108692,51 \text{ тыс. руб.}$$

Разница между прогнозируемым ростом доходов и затратами на внедрение данной процедуры составят экономический эффект данного мероприятия:

$$4180,48 \text{ тыс. руб.} - 1558 \text{ тыс. руб.} = 2622,48 \text{ тыс. руб.}$$

Экономический эффект замены оборудования и техники в год составит 2622,48 тыс. руб. Проведенные расчеты характеризуют положительную динамику от внедрения нового оборудования. Проведенные расчеты свидетельствуют об увеличении товарооборота и в совокупность товарооборот составит за минусом расходов:

$$104512,03 + 3023,36 \text{ тыс. руб.} + 2622,48 \text{ тыс. руб.} = 110157,87 \text{ тыс. руб.}$$

Итоговые данные, характеризующие ожидаемый экономический эффект от предлагаемых мероприятий представлены в Таблице 8.

Таблица 8 - Оценка экономического эффекта от внедрения рекомендаций

Рекомендации	Ожидаемый результат	Затраты на реализацию	Экономический эффект, тыс. руб.
1	2	3	4
1. Внедрение CRM системы	Увеличение потока покупателей, за счет роста возможности предприятия, создание клиентской базы	Покупка программы тысяч 97 тыс. рублей, услуги по установке и налаживанию 12 тыс. руб., обслуживание, в год 3 тыс. руб. Итого: 112 тыс. руб.	3023,26
2. Замена старого оборудования и ПК	Увеличение скорости процессов продаж со склада,	Закупка оборудования, проведение ремонтных работ, установка - 48 тыс. руб. Покупка «Кара» – 1550 тыс. руб. Итого: 1558 тыс. руб.	2622,48

Данные рекомендации по улучшению процессом продажи, внедрению новых процессов, стимулируют людей совершенствовать свою позицию в организации, повышать квалификацию, увеличат покупательский поток и прибыль предприятия.

Для того чтобы выполнить годовой план 2017 года следует соблюдать все приведенные выше рекомендации. Руководство компании рассмотрело данные предложение и они будут внедрены на предприятии.

5 Социальная ответственность

5.1 Описание рабочего места на предмет возникновения вредных и опасных производственных факторов

Объектом исследования является отдел бухгалтерии ООО «КДВ Яшкино».

Помещение, в котором находятся рабочее место работника, имеет следующие характеристики:

Длина помещения (А) - 6 м; ширина помещения (Б) - 3 м; высота помещения (Н) - 3 м; число окон - 1 (размер 2х2,5 м); число рабочих мест - 3.

Освещение: естественное (через окно) и общее искусственное. Основным источником света в данном помещении являются люминесцентные лампы ЛД (белого цвета) мощностью 80 Вт каждая, установленные в количестве 3 штуки в светильник типа ШОД.

Интерьер: стены оклеены обоями светлого оттенка, пол покрыт линолеумом. Потолок побелен. В комнате находится три компьютера, один МФУ. По тяжести выполняемые работы относятся к категории «лёгких».

На основании заключения экспертной комиссии по аттестации рабочих мест, проведенной Кемеровским центром метрологии, стандартизации и сертификации, были определены параметры микроклимата, занесенные в карту аттестации рабочего места по условиям труда №15 от 12.06.2008г.

Характеристика зрительных работ оценивается в соответствии СнИП 23-05-95 и зависит от наименьшего или эквивалентного размера объекта различения, в нашем случае он составляет от 0,15 до 0,3 мм, поэтому для нашего рабочего места разряд зрительных работ будет соответствовать 2, с подразрядом Г, так как контраст объекта с фоном – большой, а характеристика фона – светлая.

Исследуемый объект имеет следующие параметры микроклимата: температура воздуха в теплый период года 23-25 °С, в холодный – 21-23 °С; относительная влажность в теплый период года 50-55%, в холодный – 40-45%. Уровень шума в помещении - 47 дБ. Запыленность воздуха – малая. Атмосферное давление – 735-740 мм. Помещение оборудовано вентиляцией. Ежедневно в нем проводят влажную уборку (протирают пыль, моют полы).

Кабинет расположен в кирпичном здании. В помещении находятся горючие вещества и материалы в холодном состоянии, т.е. по взрывоопасной и пожарной безопасности помещение относится к категории В. В помещении находится два огнетушителя типа ОУ-5 (углекислотный огнетушитель).

Работа сотрудника непосредственно связана с компьютером, а соответственно с дополнительным вредным воздействием целой группы факторов, что существенно снижает производительность их труда. К таким факторам можно отнести: недостаточная освещенность рабочего места; ненормативные условия микроклимата; воздействия шума; воздействие электромагнитных полей и излучений и другое вредное влияние компьютера; воздействие электрического тока вследствие неисправности аппаратуры; нерациональное расположение оборудования и неправильная эргономическая организация рабочего места; пожароопасность; землетрясения; близость расположения к опасным производственным объектам.

Каждый из этих факторов (в разной степени) отрицательно воздействует на здоровье и самочувствие человека.

5.2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды

Производственные реальные условия характеризуются наличием некоторых опасных и вредных факторов производства.

Вредные производственные факторы – факторы среды и трудового процесса, воздействие которых на работающего при определенных условиях

(интенсивность, длительность и др.) может вызвать профессиональное заболевание, временное или постоянное снижение работоспособности, повысить частоту соматических и инфекционных заболеваний, привести к нарушению здоровья потомства. В зависимости от количественной характеристики (уровня концентрации и др.) и продолжительности воздействия вредный производственный фактор может стать опасным.

Основными вредными и опасными факторами являются: недостаточная освещенность; неблагоприятные условия микроклимата; воздействие шума; воздействие вредных излучений от монитора и от компьютера; воздействие электрического тока; неправильная организация рабочего места; неправильное цветовое оформление интерьера; компьютерный зрительный синдром; пожароопасность и землетрясения.

Такой фактор, как ненормированное освещение влияет на функции организма такие, как кровообращение, дыхание, работа эндокринной системы отчетливо меняют интенсивность деятельности под влиянием света. Длительное световое голодание приводит к снижению иммунитета, функциональным нарушениям в деятельности ЦНС. Очень сильным психологическим фактором является свет, т.к. он воздействует на психику человека. Неблагоприятные условия освещения ведут к снижению работоспособности, увеличению числа ошибок в производственных процессах, аварий и несчастных случаев и могут обуславливать «профессиональную близорукость», спазмы и, наоборот, правильно спроектированное и рационально выполненное освещение производственных помещений оказывает положительное психофизиологическое воздействие на работающих, способствует повышению эффективности и безопасности труда, снижает утомление и травматизм, сохраняет высокую работоспособность.

Стандарты на требования и нормы по видам опасных и вредных факторов содержат количественные или качественные характеристики этих факторов. Классификация факторов дана в основополагающем стандарте ГОСТ

12.0.003 – 74 «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация».

Согласно этому стандарту по природе действия все факторы делятся на следующие группы:

- а) химические;
- б) физические;
- в) биологические;
- г) психофизиологические.

Вредные факторы, выявленные на данном рабочем месте:

- недостаточная освещенность рабочего места;
- ненормативные параметры микроклимата;
- воздействие электромагнитных полей и излучений и другое вредное влияние компьютера;
- чрезмерный шум;
- неправильное цветовое оформление интерьера рабочего места.

Каждый из этих факторов отрицательно воздействует на здоровье и самочувствие человека.

1. Недостаточная освещенность рабочего места.

Жизненный тонус и ритм человека определяет свет. Освещение – использование световой энергии солнца и искусственных источников света для обеспечения зрительного восприятия окружающего мира. Длительное световое голодание приводит к снижению иммунитета, функциональным нарушениям в деятельности центральной нервной системы (ЦНС). Свет является мощным эмоциональным фактором, воздействует на психику человека.

Правильно спроектированное и рационально выполненное освещение производственных помещений способствует повышению эффективности и безопасности труда, снижает утомление и травматизм, сохраняет высокую работоспособность.

Для обеспечения требуемой освещенности необходимо рассчитать систему освещения на рабочем месте. Площадь помещения составляет 18 м².

Для расчета освещения необходимо выбрать систему освещения, источники света, тип светильников, определить освещенность на рабочих, коэффициент запаса, необходимое количество светильников и мощность источников света.

Для данного помещения наиболее приемлема система общего равномерного освещения, которая применяется для тех помещений, где работа производится на всей площади и нет необходимости в лучшем освещении отдельных участков.

В качестве источников света рационально использовать люминесцентные лампы, т. к. они имеют много преимуществ перед лампами накаливания: их спектр ближе к естественному освещению; они имеют большую экономичность (больше светоотдача) и срок службы (в 10-12 раз больше чем лампы накаливания). Однако наряду с этим имеются и недостатки: их работа иногда сопровождается шумом; хуже работают при низких температурах; их нельзя применять во взрывоопасных помещениях. Тип светильников для люминесцентных ламп – двухламповый светильник типа ШОД с защитной решеткой.

Значения нормируемой освещенности изложены в строительных нормах и правилах СНиП 23-05-95. Для данного помещения необходима освещенность, соответствующая зрительной работе очень высокой точности (наименьший размер объекта различения 0,15 – 0,3 мм, разряд зрительной работы - 2, подразряд зрительной работы – Г, фон – светлый, контраст объекта с фоном – большой).

В соответствии со СНиП 23-05-95 для обеспечения зрительного комфорта в помещениях при выполнении зрительных работ требуется необходимая освещённость рабочего мест $E = 300$ Лк. Полученная величина освещенности корректируется с учетом коэффициента запаса по причине загрязнения светильников и уменьшения светового потока ламп.

Основные характеристики используемого осветительного оборудования и рабочего помещения:

- тип светильника – с защитной решеткой типа ШОД;

- наименьшая высота подвеса лампы над полом – $h_2=2,5$ м;
- нормируемая освещенность рабочей поверхности $E=300$ лк для общего освещения;
- длина $A = 6$ м, ширина $B = 3$ м, высота $H= 3$ м;
- коэффициент запаса для помещений с малым выделением пыли $k=1,5$;
- высота рабочей поверхности – $h_1=0,75$ м;
- коэффициент отражения стен $\rho_c=30\%$ (0,3)- для стен оклеенных светлыми обоями;
- коэффициент отражения потолка $\rho_n=70\%$ (0,7) - потолок побеленный.

Произведем размещение осветительных приборов. Используя соотношение для наивыгоднейшего расстояния между светильниками $\lambda=L/h$, причем, $h=h_2-h_1=1,75$ м, тогда $\lambda=1,1$ (для светильников с защитной решеткой), следовательно, $L=\lambda h=1,925$ м. Расстояние от стен помещения до крайних светильников – $L/3=0,642$ м. Исходя из размеров рабочего кабинета ($A = 6$ м и $B = 3$ м), размеров светильников типа ШОД ($A=1,53$ м, $B=0,284$ м) и расстояния между ними, определяем, что число светильников в ряду должно быть 3, и число рядов- 1, т.е. всего светильников должно быть 3 (рисунок 3).

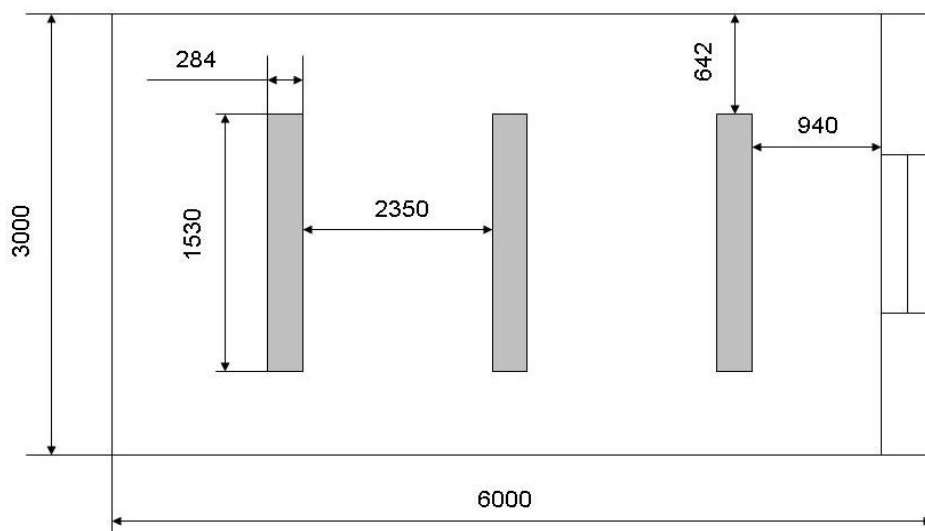


Рисунок 7 - Схема расположения ламп

Произведем расчет осветительной установки. Расчет общего равномерного искусственного освещения выполняют методом коэффициента использования светового потока. Величина светового потока лампы определяется по формуле:

$$\Phi = \frac{E \cdot k \cdot S \cdot Z}{n \cdot \eta}, \quad (2)$$

где Φ - световой поток каждой из ламп, лм;

E – минимальная освещенность, лк;

k - коэффициент запаса;

S - площадь помещения, м²;

n - число ламп в помещении;

η - коэффициент использования светового потока (в долях единицы);

Z - коэффициент неравномерности освещения (для люминесцентных светильников $Z = 0,9$).

Для определения коэффициента использования светового потока необходимо знать индекс помещения i , значения коэффициентов отражения стен $r_{ст}$ и потолка $r_{п}$ и тип светильника. Индекс помещения определяется по формуле:

$$i = \frac{S}{h(A+B)} \quad (3)$$

где S - площадь помещения, м²;

h - высота подвеса светильников над рабочей поверхностью, м;

A, B – стороны помещения, м.

$$i = \frac{18}{1,75(6+3)} = \frac{18}{15,25} = 1,1$$

Значение коэффициента отражения потолка примем 70%, а значение коэффициента отражения стен - 30%. Исходя из этого, коэффициент использования светового потока равен 0,38 (СНиП 23-05-95 табл. Коэффициент использования светового потока).

Определим величину светового потока:

$$\Phi = \frac{300 \cdot 1,5 \cdot 18 \cdot 0,9}{6 \cdot 0,38} = \frac{7290}{2,28} = 3197 \text{ лм.}$$

Выбираем тип лампы. В нашем случае это должна быть лампа ЛВ мощностью 80 Вт.

Таким образом, система освещения рассматриваемого помещения должна состоять из 3 двухламповых светильников типа ШОД с люминесцентными лампами ЛД мощностью 80 Вт, построенных в 1 ряд по 3 светильника.

Теперь сравним систему требуемой освещенности с реально существующей системой освещения. Система освещения помещения состоит из 3 двухламповых светильников типа ШОД, выстроенных в 1 ряд по 3 светильника, с лампами ЛД мощностью 80 Вт. Светильники расположены параллельно стене с окнами. Перегоревшие лампы своевременно заменяются.

Можно сделать вывод, что существующая система искусственного освещения помещения соответствует требованиям СНиП 23-05-95.

2. Ненормативные параметры микроклимата.

Метеорологические условия рабочего места, или микроклимат, зависят от теплофизических особенностей технологического процесса, климата, сезона года, условий отопления и вентиляции.

Параметры микроклимата оказывают непосредственное влияние на тепловое самочувствие человека и его работоспособность. Гигиеническое нормирование параметров микроклимата та производственных помещений установлено системой стандартов безопасности труда (ССБТ) ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны».

В рабочей зоне производственного помещения, согласно ГОСТ 12.1.005-88, могут быть установлены оптимальные и допустимые микроклиматические условия.

При долгом нахождении работников в закрытых помещениях предприятия рекомендуется ограничиваться относительной влажностью

воздуха примерно в пределах 30 – 70 %. В жаркую погоду рекомендуется проветривание кабинета.

Допустимые параметры микроклимата – это такие параметры, которые могут превышать оптимальные, но не оказывают отрицательного воздействия на человека. В таблице 19 указаны допустимые и оптимальные параметры микроклимата для помещений с ПЭВМ:

Таблица 8 – Оптимальные и допустимые нормы микроклимата для помещений с ПЭВМ:

Период года	Категория работ	Температура воздуха, С°	Относит. влажность, %	Скорость движения воздуха
Допустимые				
Холодный	Легкая 1а	21-25	75	0,1
Теплый	Легкая 1а	22-28	55	0,1-0,2
Оптимальные				
Холодный	Легкая 1а	22-24	40-60	0,1
Теплый	Легкая 1а	23-25	40-60	0,1

Параметры микроклимата едины для всех производств и всех климатических зон с некоторыми незначительными отступлениями.

3. Воздействие электромагнитных полей и излучений и другое вредное влияние компьютера.

Электромагнитные поля воздействуют на человека. В данном случае источником электромагнитных излучений является компьютер. Длительное действие ЭМП промышленной частоты приводит к следующим расстройствам: головная боль, вялость, расстройство сна, снижение памяти, повышенная раздражительность, апатия, боли в области сердца. Для хронического воздействия ЭМП промышленной частоты характерны нарушения ритма и замедление частоты сердечных сокращений, функциональные нарушения в ЦНС (центральная нервная система) и ССС (сердечно-сосудистая система), в составе крови. Поэтому необходимо ограничивать время пребывания человека в зоне действия ЭМП, создаваемого токами промышленной частоты напряжением выше 400 кВ.

Наиболее чувствительны к ЭМП центральная нервная система, сердечно-сосудистая система, анализаторы. Характерны: раздражительность, головная боль, нарушение сна, своеобразные «фобии», связанные со страхом ожидаемого разряда, повышенная эмоциональная возбудимость и быстрая истощаемость, неустойчивость показателей пульса и артериального давления. Самый страдающий от дисплея орган человека – глаза. Существует даже понятие «компьютерный зрительный синдром» (КЗС). Основные его симптомы: глаза устают, изображение двоится, глаза слезятся, нарушается восприятие цветов, а в дальнейшем может развиваться близорукость и катаракта глаз. Во всем мире КЗС стал основным заболеванием пользователей компьютеров. Причина КЗС заключается не в электромагнитных излучениях, а в том, что человеческие глаза слабо приспособлены к работе с устройством, подобным монитору.

Для длительного действия ЭМИ различных диапазонов длин волн при умеренной интенсивности характерно развитие функциональных расстройств в ЦНС, изменение состава крови. В связи с этим могут появиться головная боль, изменение давления, пульса, нервно-психические расстройства, утомляемость, трофические нарушения (выпадение волос, ломкость ногтей, снижение массы тела). Острые нарушения при воздействии ЭМИ (аварийные ситуации) сопровождаются сердечно-сосудистыми расстройствами с обмороками, резким учащением пульса и снижением артериального давления. Другим вредным фактором при работе с компьютером является нагрузка на орган зрения. Защита этого органа от чрезмерной нагрузки осуществляется за счет притока энергии от других органов, а это вызывает возрастание нагрузки на сердце, почки, головной мозг, нервную систему. Информационные технологии воздействуют на психику человека, а это в свою очередь снижает работоспособность.

Основным источником электромагнитных полей и излучений в нашем помещении являются компьютеры, и в первую очередь, мониторы.

В настоящее время практически везде используются мониторы зарубежных производителей и к ним применяются жесткие требования по

безопасной эксплуатации, которые закрепляются в соответствующих стандартах. Стандарты применяются для того, чтобы защитить от опасности вредного воздействия пользователей и окружающую среду. СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 «Гигиенические требования к ПЭВМ и организации работы» устанавливает временные допустимые уровни ЭМП, создаваемые ПЭВМ.

Для уменьшения вредного влияния ЭМП на сотрудников рабочие места оснащены жидкокристаллическими (LCD) мониторами. В данных мониторах отсутствует источник излучений – электронно-лучевая трубка.

Зачастую наблюдается пренебрежение сотрудников к требованиям организации труда и отдыха, так как выполняемая работа связана с вводом больших объемов информации. Поэтому следует внимательнее следить за тем, чтобы делались соответствующие перерывы в работе.

Исходя из вышесказанного, можно выделить несколько рекомендаций по организации оптимального рабочего места, оснащенного компьютером: высота рабочей поверхности рекомендуется в пределах 680-760 мм; высота рабочей поверхности, на которую устанавливается клавиатура, должна быть 650 мм; большое значение придается характеристикам рабочего кресла. Рекомендуемая высота сиденья на уровне пола составляет 420-550 мм.

В настоящее время эргономическая организация рабочего места работника в целом соответствует нормам СанПин 2.2.2/2.4.1340-03

4. Чрезмерный шум.

Шум – это совокупность звуков различных высот и интенсивности, беспорядочно изменяющихся во времени и вызывающих у рабочего неприятные субъективные ощущения. По происхождению шум подразделяется на следующие виды: шум механического происхождения (вибрация поверхностей оборудования); шум аэродинамического происхождения (возникает вследствие движения сжатого воздуха или газа); шум электромагнитного происхождения (возникает вследствие колебаний электромеханических устройств); шум гидродинамического происхождения (возникает вследствие процессов в жидкостях);

Основным нормативным документом, устанавливающим классификацию шумов, и допустимого уровня шума на рабочих местах являются санитарные нормы СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданиях и на территории жилой застройки».

5. Цветовое оформление интерьера.

Рациональное цветовое оформление интерьера – действенный фактор улучшения условий труда и жизнедеятельности человека. Установлено, что цвета могут воздействовать на человека по-разному: одни – успокаивают, другие – раздражают. Поддержание рациональной цветовой гаммы в помещениях достигается правильным выбором осветительных установок, обеспечивающих необходимый световой спектр.

Негативное воздействие на человека оказывает продолжительная работа с дисплеями, т.к. видеомонитор компьютера создает вокруг себя электромагнитное поле, что приводит к расстройствам: головная боль, вялость, расстройство сна, снижение памяти, повышенная раздражительность, боли в области сердца.

Работа с компьютером включает самые различные задачи, которые объединяются следующими факторами: работа производится в сидячем положении и требует внимательного, непрерывного и иногда продолжительного наблюдения.

Поэтому можно выделить несколько рекомендаций по организации оптимального рабочего места, оснащенного компьютером (СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03):

ПЭВМ должны быть расположены боковой стороной к световым проемам, а также должно быть заземление. Высота рабочей поверхности стола для взрослых пользователей должна регулироваться в пределах 680-800 мм; при отсутствии такой возможности высота рабочей поверхности стола должна составлять 725 мм. Рабочий стол должен иметь пространство для ног высотой не менее 600 мм; шириной не менее 500 мм, глубиной на уровне колен – не менее 450 мм и на уровне вытянутых ног – не менее 650 мм. Большое значение

придается характеристикам рабочего кресла. Так, рекомендуется высота сиденья над уровнем пола должна быть в пределах 420-550 мм.

Также на деятельность человека влияет такой фактор как работа в неудобной позе. Правильное расположение и компоновка рабочего места, обеспечение удобной позы и свободы трудовых движений, использование оборудования, отвечающего требованиям эргономики и психологии, обеспечивают наиболее эффективный трудовой процесс, уменьшают утомляемость и предотвращают опасность возникновения профессиональных заболеваний.

Оптимальная поза человека в процессе трудовой деятельности обеспечивает высокую работоспособность и производительность труда. Неправильное положение тела приводит к быстрому возникновению статической усталости, снижению качества и скорости выполняемой работы, а также к снижению реакции на опасности. Нормальной рабочей позой следует считать такую, при которой работнику не требуется наклоняться вперед больше чем на 10-15°; наклоны назад и в стороны нежелательны, основное требование к рабочей позе – прямая осанка.

Выбор рабочей позы зависит от мышечных усилий во время работы, точности и скорости движений, а также от характера выполняемой работы. При усилиях не более 50Н можно выполнять работу сидя. При усилиях 50-100 Н работа может выполняться с одинаковым физиологическим эффектом как стоя, так и сидя. При усилиях более 100 Н желательно работать стоя.

Работа в позе сидя более рациональна и менее утомительна, т.к. уменьшается высота центра тяжести над площадью опоры, повышается устойчивость тела, снижается напряжение мышц, уменьшается нагрузка на сердечно-сосудистую систему. В положении сидя обеспечивается возможность выполнять работу, требующую точность движения. Однако и в этом случае может возникать затруднение работы кровообращения и дыхания.

Зрительный комфорт, может быть достигнут выполнением следующих требований: экран монитора должен находиться от глаз пользователя на

расстоянии 600 – 700 мм, но не ближе 500 мм с учетом размеров алфавитно-цифровых знаков и символов; четкость на экране, клавиатуре и в документах; освещенность и равномерная яркость между окружающими условиями и различными участками рабочего места.

Оптимальная рабочая поза при работе сидя обеспечивается также конструкцией стула: размерами, формой, площадью и наклоном сиденья, регулировкой по высоте. Большое значение придается характеристикам рабочего кресла. Так, рекомендуемая высота сиденья над уровнем пола должна быть в пределах 420-550 мм. Поверхность сиденья рекомендуется делать мягкой, передний край закругленным, а угол наклона спинки рабочего кресла - регулируемым.

5.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды

Существуют опасные производственные факторы, воздействие которых на работающего в определенных условиях приводит к травме, острому отравлению или другому внезапному резкому ухудшению здоровья или к смерти.

Опасными факторами рабочего места являются:

- воздействие электрического тока;
- опасность возникновения пожара.

Электрический ток представляет собой скрытый тип опасности, т.к. его трудно определить в токо- и нетоковедущих частях оборудования, которые являются хорошими проводниками электричества. Смертельно опасным для жизни человека считают ток, величина которого превышает 0,05А, ток менее 0,05А – безопасен (до 1000 В).

Действие электрического тока на человека:

- термическое – нагрев тканей до 60-70⁰С;
- механическое – разрыв мышечных тканей, сосудов, сухожилий;

- биологическое – непроизвольное сокращение мышц в живом организме.

- электролитическое – разложение крови на заряженные частицы-ионы с изменением физико-химического состава крови.

Причинами поражения эл. током являются:

- прикосновение или приближение на опасное расстояние к токоведущим частям, находящимся под напряжением;

- неисправность и повреждения изоляции;

- не правильная эксплуатация оборудования.

Непосредственными причинами смерти человека, пораженного электрическим током, является прекращение работы сердца, остановка дыхания вследствие паралича мышц грудной клетки и так называемый электрический шок. При длительном шоковом состоянии может наступить смерть.

Специфическая опасность электроустановок токоведущие проводники, корпуса стоек ЭВМ и прочего оборудования, оказавшегося под напряжением в результате повреждения изоляции, не подают каких-либо сигналов, которые предупреждают человека об опасности. Реакция человека на электрический ток возникает лишь при протекании последнего через тело человека. Важное значение для предотвращения электротравматизма имеет правильная организация обслуживания действующих электроустановок, проведения ремонтных, монтажных и профилактических работ. Разрядные токи статического электричества чаще всего возникают при прикосновении к любому из элементов ЭВМ. Такие разряды опасности для человека не представляют, но кроме неприятных ощущений они могут привести к выходу из строя ЭВМ.

Под пожаром понимают неконтролируемый процесс горения, который сопровождается опасностью для жизни человека и уничтожением материальных ценностей. Неправильное использование ПЭВМ может привести к возникновению пожара. При эксплуатации ПЭВМ пожар может возникнуть в следующих ситуациях:

- короткое замыкание;
- перегрузки;
- повышение переходных сопротивлений в электрических контактах;
- перенапряжение.

При пожаре на людей воздействуют следующие опасные факторы: повышенная температура воздуха, открытый огонь и искры, дым, пониженное содержание кислорода в воздухе, взрывы и другое.

Пожары представляют особую опасность, так как сопряжены не только с большими материальными потерями, но и с причинением значительного вреда здоровью человека и даже смерти. Как известно пожар может возникнуть при взаимодействии горючих веществ, окисления и источников зажигания.

Основные положения методов испытаний конструкций на огнестойкость изложены в ГОСТ 30247.0-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Общие требования» и ГОСТ 302247.1-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Несущие и ограждающие конструкции».

Степень огнестойкости здания определяется огнестойкостью его конструкций в соответствии со СНиП 21-01-97, которые регламентируют классификацию зданий и сооружений по степени огнестойкости, конструктивной и функциональной пожарной опасности. Здание, в котором расположено исследуемое помещение, выполнено из огнестойких материалов – кирпича и бетона. На предприятии разработаны следующие меры пожаротушения: предусмотрена пожарная сигнализация; размещены планы эвакуации; в главном здании, на всей территории предприятия установлены противопожарные щиты.

5.4 Охрана окружающей среды

Охрана окружающей среды — комплекс мер, предназначенных для ограничения отрицательного влияния человеческой деятельности на природу. В нашем случае такими мерами может являться ограничение выбросов в атмосферу и гидросферу с целью улучшения общей экологической обстановки.

Одним из видов энергетического загрязнения окружающей среды является электромагнитное поле. Являясь биологически активным фактором, электромагнитное поле искусственного происхождения может оказывать неблагоприятное воздействие на окружающую среду и на человека. Основными источниками электромагнитного загрязнения окружающей среды являются средства коммуникаций, предназначенные для повышения степени информированности населения. Это средства радиосвязи, радиовещания и телевидения, передатчики которых работают на высокоэффективные антенны, излучающие энергию в окружающую среду.

Размещение и ввод в эксплуатацию радиотехнических объектов, излучающих электромагнитную энергию в окружающую среду, допускается с разрешения соответствующего центра Госсанэпиднадзора России при выполнении действующих норм и правил. Мероприятия по защите окружающей среды и персонала от ЭМП можно разделить на следующие группы:

- организационные - оптимизация расположения излучающих объектов, контроль интенсивности электромагнитных излучений (не реже 1 раза в 6 месяцев), дополнительный отпуск, сокращенный рабочий день, допуск к работе лиц не моложе 18 лет и не имеющих заболеваний ЦНС, сердца, глаз;

- санитарно-гигиенические - проведение периодического медосмотра, физиотерапия и др.;

- инженерно-технические - защита расстоянием, защита временем, экранирование, использование средств индивидуальной защиты (спецодежда из ткани с вплетенной металлической нитью, очки с металлизированными стеклами, средства защиты рук, лица, головы).

В результате деятельности отдела бухгалтерии появляются отходы: мусор от бытовых помещений, уборки территорий и помещений и другие виды

отходов. Образованные отходы накапливаются в контейнерах, а затем вывозятся для захоронения или сжигания.

5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях

Чрезвычайные ситуации (ЧС) возникают при стихийных явлениях (землетрясениях, наводнениях, оползнях и др.) и при техногенных авариях.

Пожароопасность.

Общие требования к пожарной безопасности нормируются ГОСТ 12.1.004–91. В соответствии с общесоюзными нормами технологического проектирования все производственные здания и помещения по взрывопожарной опасности подразделяются на категории А, Б, В, Г и Д.

Рассматриваемое здание по взрывопожароопасности подходит под категорию В. Здание, в котором расположено исследуемое помещение, выполнено из огнестойких материалов – кирпича и бетона, т.е. из материалов обладающих способностью сохранять под действием высоких температур свои рабочие функции, связанные с огнепреграждающей, теплоизолирующей или несущей способностью.

Мероприятия по пожарной профилактике:

– организационные – правильное использование оборудования, правильное содержание территории, зданий, противопожарный инструктаж служащих и рабочих;

– технические – соблюдение норм при проектировании зданий, при устройстве оборудования и электропроводов, вентиляции, отопления, освещения, противопожарных правил;

– режимные – запрет курения в необорудованных для этого местах, электросварочные работы в пожароопасных помещениях;

– эксплуатационные – своевременные ремонты, осмотры, и испытания (профилактические).

В связи с имеющимися в помещении электроустановками под напряжением необходимо использовать углекислотные огнетушители.

Данное помещение оборудовано противопожарной сигнализацией и огнетушителями, имеется ответственное лицо за пожарную безопасность, также персонал проходит противопожарный инструктаж, что соответствует нормам безопасности. Степень огнестойкости здания, а так же конструктивная и функциональная пожарная опасность регламентирует СНиП 21-01-97.

Для эвакуации людей при пожаре используется главный и запасный вход. В целях обеспечения безопасных условий для эвакуации людей при пожаре, нераспространения продуктов горения в пределах пожарного отсека, а так же выполнение работ по спасению людей и успешному тушению пожара, вне зависимости от места возникновения пожара, предусмотрена система дымоудаления с механическим побуждением.

Противопожарный инструктаж должен проводиться 1 раз в 6 месяцев. На предприятии по характеру и времени проведения противопожарные инструктажи подразделяют первичный на рабочем месте, на вводный, повторный, целевой и внеплановый, которые проводятся в соответствии с требованиями ГОСТ 12.0.004.

Все работники допускаются к работе только после прохождения противопожарного инструктажа в соответствии с Федеральным законом «О противопожарной безопасности», которые определяют обязанности и действия работников при пожаре, в том числе:

- правила использования офисной техникой;
- правила вызова пожарной охраны;
- правила применения установок пожарной автоматики и средств пожаротушения;
- порядок эвакуации, пожарный выход и т.д.

Уровень подготовки работников можно оценивается как хороший.

В помещении имеется ответственный за пожарную безопасность, таблички с указанием путей эвакуации, и запасный выход. Во всем здании 3

этажа – эвакуация не вызовет суматохи и проблем, так как в помещении не бывает большого скопления людей. В целом, при возникновении пожара подготовленный, а аттестованный персонал. Прошедший инструктаж, быстро среагирует и предотвратит или по возможности сведет к минимуму возможный ущерб.

Основной задачей подготовки в области ЧС – это обучение всех групп населения основным способам защиты от ЧС и правилам поведения, приемам оказания пострадавшим необходимой первой медицинской помощи, правилам пользования средствами индивидуальной и коллективной защиты.

5.6 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности

Нормативно-правовая база обеспечения безопасности жизнедеятельности основывается на Конституции РФ и состоит из федерального закона, других федеральных законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ.

В Российской Федерации действует система единых нормативных правовых актов по охране труда. Постановлением Правительства РФ от 23.05.2000г. № 399 «О нормативных правовых актах, содержащих государственные нормативные требования охраны труда», утвержден перечень видов нормативно-правовых актов.

Основными нормативными документами в данной сфере деятельности являются:

- 1 ГОСТ 12.0.003 – 74 «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация»;
- 2 ГОСТ 12.1.004–91 «Пожарная безопасность. Общие требования»;
- 3 ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны»;
- 4 ГОСТ 30247.0-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Общие требования»;

5 ГОСТ 302247.1-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Несущие и ограждающие конструкции»;

6 СНиП 21-01-97 «Пожарная безопасность зданий и сооружений»;

7 СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение»;

8 СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 «Гигиенические требования к ПЭВМ и организации работы»;

9 СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданиях и на территории жилой застройки».

Заключение по разделу «Социальная ответственность»

В данном разделе были рассмотрены опасные и вредные факторы, влияющие на здоровье, самочувствие работающего и безопасность труда: недостаточная освещенность рабочего места; ненормативные параметры микроклимата, воздействие электромагнитных полей и излучений, вредное влияние компьютера, чрезмерный шум, неправильное цветовое оформление интерьера рабочего места, воздействие электрического тока, опасность возникновения пожара.

В результате проведенного анализа опасных и вредных производственных факторов можно сделать вывод, что для исследуемого объекта большинство факторов, потенциально представляющих опасность для здоровья сотрудника, соответствуют нормативным значениям.

В соответствии с этим важно предусмотреть следующие мероприятия по устранению или уменьшению влияния вредных факторов:

– для повышения температуры в холодный период необходимо использовать средства местного обогрева;

– для уменьшения влияния вредного воздействия электромагнитных полей и излучений рекомендуется заменить мониторы с электронно-лучевыми трубками на жидкокристаллические мониторы.

– в качестве средств пожаротушения должны применяться порошковые и углекислотные огнетушители. Необходимо установка и использование в помещении систем кондиционирования воздуха.

Можно также отметить, что главным источником опасности для здоровья работников являются они сами, так как постоянно пренебрегают требованиями к организации труда и отдыха, регламентирующими обязательные периодические перерывы при работе с ЭВМ.

В целом же можно сказать, что условия труда в рассматриваемом помещении являются достаточно комфортными и безопасными.

Заключение

В данной дипломной работе исследовалась структура товарного ассортимента ООО «КДВ Яшкино». Предприятие в течение последних лет успешно функционирует на рынке г. Яшкино, основным источником прибыли является продажа кондитерских изделий. На ООО «КДВ Яшкино» наблюдается ежегодный рост товарооборота, сопровождающийся повышением заработной платы, и появлением нового вида продукции.

Проведя анализ валового товарооборота по товарным группам, можно заметить, что показатели валового дохода по всем товарным группам выросли на протяжении всего анализируемого периода. Такая ситуация говорит о хорошем финансовом положении предприятия в целом. Так по группе «конфеты, шоколад» валовой доход вырос на 2193,6% с 2014 г. по 2015 г. и составил 12490,091 тыс. руб. Это говорит о том, что несмотря на новый товар на рынке он пользуется спросом, т.к. бренд предприятия узнаваем и люди предпочитают покупать продукцию данного предприятия.

Уже сейчас в ассортиментной политике ООО «КДВ Яшкино» применяются некоторые инновационные элементы. Однако, в ходе исследования были выявлены проблемы, решение которых возможно с применением инновационных методов и приобретением дополнительного оборудования.

1) В компании не ведется формирование и хранение клиентской базы, это автоматически ограничивает возможности предприятия по управлению поведением клиентов при повторных покупках.

3) Использование традиционных, утративших свою актуальность приемов размещения товара на складе.

4) Низкий уровень информационно-технического обеспечения процесса продаж.

5) Требуется приобретение дополнительного автомобиля «Кара».

Для решения первой проблемы было рекомендовано внедрение CRM системы. Это позволит компании активизировать взаимодействие с клиентами и проводить анализ собранной информации о клиентах для более эффективного прогнозирования их будущих потребностей.

Решение четвертой и пятой проблем рекомендуется с помощью:

- внедрения современных технологий в работу склада;
- замена старого оборудования и персональных компьютеров на более современные.

Предложенные рекомендации имеют положительный экономический эффект и являются целесообразными для внедрения. Так же они будут способствовать росту квалификации персонала и повышению удовлетворенности работой, то есть будет иметь и социальный эффект.

Список использованной литературы

1Дубровин И.А. Организация производства на предприятии торговли: Учебное пособие для вузов Изд. 2-е, перераб., доп. М: КноРус – 2009, 304 с.

2Канаян К., Канаян Р. Прогнозирование показателей работы нового магазина// Управление магазином. 2011. № 10.

3Малых В.В. Управление маркетингом торговой фирмы. – М.: Издательство «Экзамен» 2014. – 194 с.

4Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль (Теория и практика менеджмента; 9-е междунар. изд., 2-е рус.изд). – Спб.:Питер Ком: М., Харьков, Мн., 1999- 896с.

5Денисова И.Н. Розничная торговля непродовольственными товарами: Учебное пособие для среднего профессионального образования. М: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 223 с.

6Баженов Ю.К., Васькин Е.В. Организация рекламы в магазине. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2008. - 701 с.

7Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. М.: Экономика, 2012 . - 536 с.

8Бланк И.А. Торговый менеджмент / 3-е изд., стер. – К.:Эльга, 2009.- 779 с.

9Бобров Н.А. Анализ новых тенденций в развитии розничной торговли // Маркетинг. – 2014. - № 2. – С.83-87

10Горемыкин В. А. Планирование на предприятии, учебник для экономических специальностей ВУЗов, четвертое издание, стереотип. М:Филин, 2014. 544 с.

11Биктагирова И.Н. Управленческий анализ деятельности предприятия, учебное пособие /И.Н. Биктагирова, О.А. Исупова, О.Л. Табашникова. – В 3ч. – Ч.2. Анализ хозяйственной деятельности предприятия торговли – Кемерово:

КемИ (филиал) ГОУ ВПО «РГТЭУ», 2009. 0 85с.

12Багиев Г.Л., Аренков И.А. Основы современного маркетинга. – СПб: СПб УЭФ, 2011. - 482 с.

13Баркан Д. И. Управление продажами: Учебник / Д. И. Баркан; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2007. — 908 с.

14Валевич Р. П., Давыдова Г. А. Экономика торговой организации: Учеб. пособие. Мн.: Выш. школа, 2012. 360 с.

15Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2015. 389 с.

16Егоров Б.Ф. Организация торговли. М: Питер, 2014. 352 с.

17Дельян А. и др. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи. – М.: Прогресс, 2014. 410 с.

18Комкова Е.В. Товарный портфель и управление закупками в рознице. М: Питер – 2007, 336 с.

19Маслов В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: учебник: М.: «Финпресс» 2014, 288с

20Блиева Б.В. Управление закупками в торговой организации // Экономический анализ: теория и практика. 2013. №20

21Бурцев В. Методы оптимизации структуры ассортимента при существовании ряда ограничений // Финансовый директор.2014. №5

22Винер Р. Леманн Д. Управление товаром. М: Вильямс, 2014. 624 с

23Витт Ю. Управление сбытом: Пер. с нем. – М.: ИНФРА – М, 19 2014. – 112с.

24Горшкова Л. В. Планирование торговли: Учеб. пособие – Владивосток: Издательство Дальневосточного университета . 2015 г. 89 с.

25Деркач Д.И. Анализ производственно–хозяйственной деятельности предприятий.// М.: Финансы и статистика, 2014. – 239с.

26Ефремов А.С. Проблемы организации торговли // Экономист. – 2011. - № 4. – С. 57-60

27Карданская Н.Л. Принятие управленческих решений. – М.: Дело, 2013. – 284 с.

28Каплина С.А. Технология торговли: Учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. Минск: Феникс – 2007, 442 с

29Коновалова Т. Ю. Ассортимент и качество, учеб. пособие. М: ЮНИТИ, 2014. - 313 с.

30Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. 7-е изд., перераб. М.: Новое знание, 2014. 544 с.

31Ланкастер Д., Джоббер Д. Продажа и управление сбытом/пер с англ. Л.В. Измаиловой – Мн.: - Амалфея, 2013 г. – 384с.

32Малых В.В. Управление маркетингом торговой фирмы. – М.: Издательство «Экзамен» 2014. – 194 с.

33Морган Т. Визуальный мерчендайзинг. Витрины и прилавки для розничной торговли/ Пер. с англ. – М.: ИНФРА – М, 2007. – 112с.

34Никишкин В.В. Цветкова А.Б. «Особенности комплекса маркетинга в торговых предприятиях» //Маркетинг в России и за рубежом №4, 2011 г. с. 645

35Организационное управление: Учебное пособие/ Н.И. Архипова. – М.:Приор, 2009.-448с.

36Памбухчиянц В.К., Дашков Л.П Коммерция и технология торговли: Учебник для вузов Изд. 9-е, перераб., доп. М: Дашков и К – 2008, 636 с

37Петрова Л. П. Экономика торговой организации: анализ и планирование розничного товарооборота, у.п. – 2 изд-е, Хабаровск, 2007, 312 с.;

38Платонов В.Н. Организация торговли: Учеб. пособие. М.: БГЭУ, 2014. с. 423

39Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие./ П од ред Л. П. Владимирова – М.: Дашков и К. 2010. 400 с.

40Радаев В.Н. Классификация современных форм розничной торговли //Экон. политика. – 2010. - № 4. – с. 543

41Савинский А.И., Лаппо Л.Л., Мадаев З.М., Левин С.С., Ясинович М.С.

Розничная торговля и основы товароведения. – Мн. БГЭУ, 2012. – 287 с.

42Симонова А. П. «Ассортиментная политика фирмы», М: 2011, 312 с.

43Смирнова Л.Р., Баканов М.И. Экономический анализ в торговле. М: Финансы и статистика – 2007, 400 с.

44Сныткова Н.А., Лебедева С.Н., Гаврико Экономика торговой организации: Учебное пособие (под ред. Лебедевой С.Н.) Изд. 5-е, испр. – М: Новое знание – 2007, 240 с.

45Сорокина М.В. Менеджмент торгового предприятия. – СПб.: Питер, 2013. – 528с.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»)

46Управление организацией: Учебник для вызов/ Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Сорломатина. – 2-е изд., перераб. и доп.- М:ИНФРА, 2008. – 669 с.

47Шайдурова Н. И., Шайдурова Е. Г. Ассортиментная политика в системе потребительской кооперации. Учебное пособие. – Новосибирск: СибУПК, 2014. – 92 с.

48Эванс Д. Берман Б. Розничная торговля: Стратегический подход. М: Вильямс – 2011, 1184 с.

49Экономика предприятий торговли: Учеб. пособие/Под общ. ред. Н.В. Максименко, Е.Е. Шишковой. Мн.: Выш.шк.,2005. 542 с.

50Экономический анализ в торговле: Учеб. Пособие / Под ред. М.И.Баканова. М.: Финансы и статистика, 2007. 255 с.