

## **К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНА**

*С.В. Провоторов, студент,*

*научный руководитель: Еремина Е.А., ст. преподаватель*

*Юргинский технологический институт (филиал)*

*Национального исследовательского Томского политехнического университета*

*652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

*E-mail: nurlina78@mail.ru*

Планирование – важная функция управления в деятельности любого предприятия. В России и за рубежом уже давно пришли к выводу, что недооценка планирования предпринимательской деятельности приводят к неоправданным экономическим потерям. Все торговые предприятия организуют торгово-технологический процесс на плановой основе. Назначение планирования состоит в стремлении максимально учесть все внутренние и внешние факторы, обеспечивающие оптимальные условия для развития предприятия.

Актуальность учета и анализа товарного ассортимента в настоящее время выходит на первый план, т.к. количество торговых предприятий увеличивается с каждым годом, формирование и управление ассортиментом становится главным конкурентным фактором предприятия. Задача руководства торгового предприятия и состоит в том, чтобы обеспечить наиболее полное соответствие товарного ассортимента запросам потребителей.

Главной целью каждой коммерческой организации является получение прибыли. Чтобы оценить эффективность коммерческой деятельности торговой организации, необходимо произвести оценку эффективности каждого направления коммерческой работы.

Исходя из сущности и содержания коммерческой деятельности, целесообразно проводить оценку ее эффективности, основываясь на оценке эффективности каждого из ее элементов. Оценив эффективность коммерческой деятельности по каждому из ее направлений, можно сделать вывод о том, насколько эффективна коммерческая деятельность торгового предприятия в целом. Основным показателем при анализе закупочной деятельности является объем закупок. Структура закупок должна быть представлена как в разрезе товарного ассортимента, так и по каждому из поставщиков. Эффективность данной работы определяется в первую очередь таким показателем, как рентабельность ассортимента. Состояние товарного ассортимента торговой организации характеризуется следующими показателями:

- широта ассортимента - количество групп и подгрупп товаров, включенных в торговый ассортимент;
- глубина ассортимента - количество видов и разновидностей (наименований) товаров внутри групп и подгрупп в ассортименте предприятия;
- структура ассортимента - это соотношение групп, подгрупп, видов и разновидностей товаров в ассортименте;
- полнота ассортимента - это соответствие фактического наличия товаров установленному ассортиментному перечню;
- устойчивость (стабильность) ассортимента - это бесперебойное наличие товаров по их видам и разновидностям, заявленным в ассортиментном перечне;
- обновляемость ассортимента - пополнение ассортимента новыми разновидностями товаров в соответствии с ассортиментной политикой предприятия.

Важнейшей составляющей коммерческой деятельности торговой организации по закупкам товаров является управление товарными запасами, сбытовая деятельность. Эффективность сбытовой деятельности также зависит от реализуемой фирмой ценовой политики. При оценке эффективности ценовой политики фирмы изучают динамику и уровень цен реализации, а также определяют следующие показатели:

- валовой доход фирмы за период;
- средний уровень торговой надбавки, принятой в организации;
- уровень торговой надбавки в цене по товарным группам;
- сумма прибыли и ее удельный вес в торговой надбавке;
- сумма издержек на реализацию и их доля в сумме валового дохода.

Если в ценовой политике организации предусмотрено предоставление скидок, то необходимо оценить эффективность их применения, при этом нужно исходить из целей организации. Для обеспе-

чения успешного развития бизнеса необходимо постоянно повышать эффективность всех направлений коммерческой деятельности.

Условно все документы рассматриваемого продуктового магазина можно подразделить следующим образом:

- руководящие документы (технические условия, ГОСТы, стандарты, правила торговли, постановления, распоряжения, законодательные документы, договоры);
- входящие документы (фактуры, счета, наряды, накладные, прейскуранты);
- внутренние документы (накладные, разнарядки, таблицы, прайс-листы, счета, отчёты, журналы);
- исходящие документы (отчёты, счета, чеки).

В настоящее время никакого четкого алгоритма планирования в торговой сети индивидуального предпринимателя нет. Закупка товара происходит по мере необходимости, и оценка востребованности той или иной группы ассортимента не производится.

Продавцы сообщают товароведу о том, что заканчивается тот или иной товар. Товаровед составляет заявку поставщику с перечнем необходимых товаров и их количеством.

Функциональная модель планирования товарного ассортимента представлена на рисунке 1.

Действия товароведа по закупке и формированию ассортимента осуществляются исключительно на опыте закупок и прошлых продажах. Назвать такой подход к планированию товарного ассортимента эффективным нельзя. Именно поэтому в организации остро встал вопрос автоматизации процесса планирования.

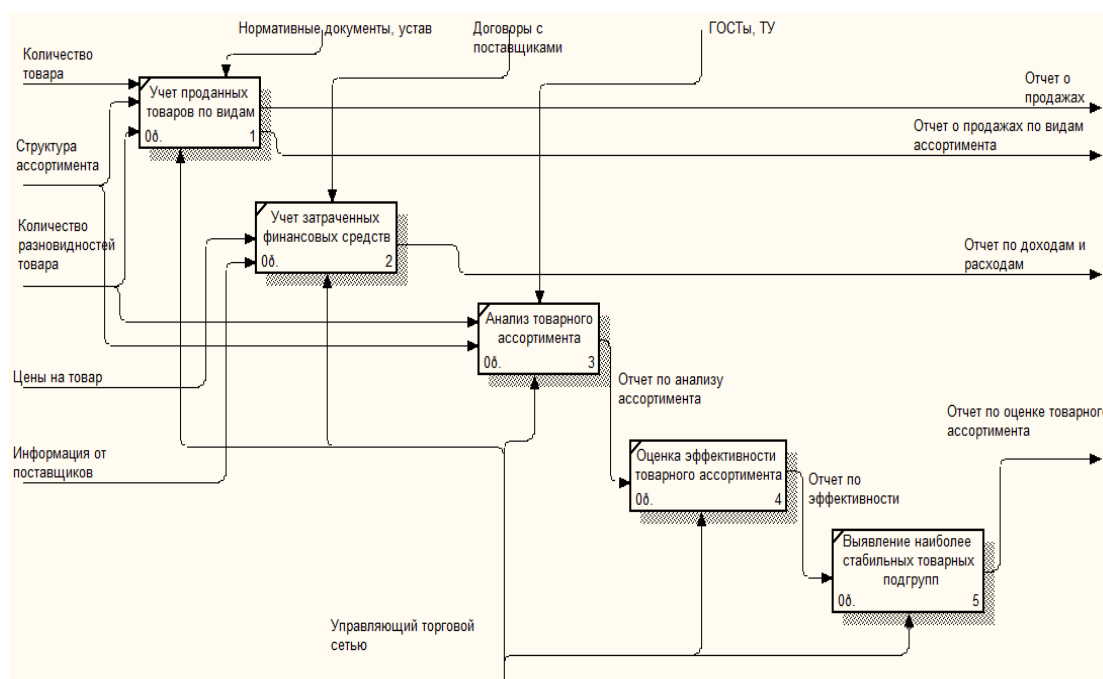


Рис. 1. Декомпозиция процесса планирования товарного ассортимента

Оценка эффективности того или иного подхода к построению ассортиментной стратегии должна основываться, в первую очередь, на исчислении возможного прироста прибыли (Пр), полученного в связи с изменением ассортимента реализуемой продукции.

$$\text{Пр} = \text{Д} - \text{Р} \quad (1)$$

где Пр - изменение прибыли, Д - изменение дохода, Р - изменение расходов, вызванные расширением/сужением ассортимента.

Важным принципом формирования ассортимента товаров в магазине является обеспечение достаточной его широты и глубины. Под широтой ассортимента понимают число товарных групп и подгрупп, входящих в формируемый ассортиментный перечень, а под глубиной - число разновидностей товаров по отдельным потребительским или качественным признакам (фасонам, моделям, размерам и другим показателям).

Для оценки устойчивости ассортимента рассчитывают коэффициент устойчивости:

$$K_y = 1 - (O_1 + O_2 + \dots + O_n)/n * a \quad (2)$$

где  $O_1, O_2, \dots, O_n$  - количество разновидностей товаров, отсутствующих в продаже (на период проверок) из предусмотренных ассортиментным перечнем;  $a$  - количество разновидностей товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем;  $n$  - количество проверок [1].

Одним из важных принципов рационального формирования ассортимента товаров является обеспечение условий его рентабельной деятельности, что особенно важно в условиях рыночной экономики.

Для принятия решения об оптимизации ассортимента и структуры товарных запасов наиболее прогрессивные руководители используют сочетание ABC-анализа и XYZ – анализа. Для оптимизации ассортиментной политики следует постоянно осуществлять мониторинг не только всего ассортимента, но и больше внимания уделять группам, обеспечивающим максимальный объем продаж (группа А) и пользующихся постоянным спросом (группа Х).

Продуктовый магазин любого формата характеризуется большим количеством наименований товара. При этом очень важно, чтобы ассортимент был четко сбалансирован и всегда имел в составе весь комплекс продовольственных товаров повседневного спроса. Контролировать движение продукции, своевременно пополнять ее запас, следить за оборачиваемостью товара и ценообразованием в таком магазине – задача достаточно сложная. Поэтому автоматизация продуктового магазина, значительно упрощающая все перечисленные, и многие другие процессы, сегодня является неотъемлемой составляющей успешного ведения бизнеса в сфере торговли продуктами питания. Для повышения эффективности деятельности небольшого продуктового магазина, за счет грамотной системы учета и анализа товарного ассортимента решено разработать информационную систему, позволяющую осуществить функции: учет данных о продаваемом товаре; учет проданных товаров по видам; учет затраченных финансовых средств; анализ и оценку товарного ассортимента (выявление наиболее прибыльных групп товаров методом ABC); оценку эффективности товарного ассортимента (методом маржинальной прибыли и рентабельности по группам товаров, выявленных на предыдущем этапе); выявление наиболее стабильных товарных подгрупп ассортимента. Входными документами являются: структура ассортимента; количество разновидностей товара; количество товара; информация от поставщиков о видах и количестве товара (прайсы); оптовые и розничные цены на товар. Выходными документами являются: отчет о продажах товара; отчет о продажах по видам ассортимента; отчеты по доходам и расходам; отчет по оценке товарного ассортимента; отчет по оценке эффективности товарного ассортимента.

Концептуальная модель разрабатываемой системы учета и анализа товарного ассортимента ИП Провоторов А.В. представлена на рисунке 2.

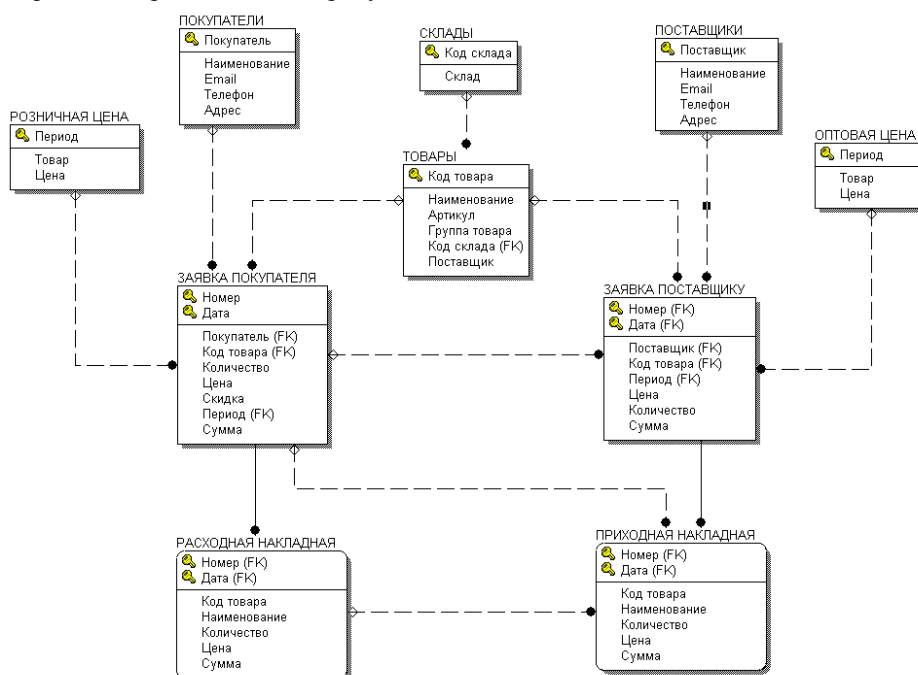


Рис. 2. Концептуальная модель

В качестве среды разработки приложения планируется использование системы «1С: Предприятие 8.2».

Информационная система учета и анализа товарного ассортимента позволит существенно повысить эффективность деятельности продуктового магазина.

Литература.

1. Никишин В., Цветкова А. Маркетинг современной торговли / В. Никишин, А. Цветкова - 2002
2. Рязанцева Н., Рязанцев Д.. 1С: Предприятие. Комплексная конфигурация. – БХВ – Петербург: Секреты работы, СПб, 2004. – 546 с.
3. Осипова Л.В., Синяева И.Н. Основы коммерческой деятельности / Учебник для Вузов. - М.: ЮНИТИ, 2001
4. Памбухчианц О.В., Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли. - М.: Маркетинг, 1999.
5. Управление торговлей – URL: <http://v8.1c.ru/trade/> [дата обращения: 18.02.2014]
6. 1С:Розница 8 – URL: <http://v8.1c.ru/retail/> [дата обращения: 18.02.2014]

### **О НЕОБХОДИМОСТИ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК МАЛОГО ГОРОДА**

*О.А. Попова, асп., С.П. Марцева, студент*

*Юргинский технологический институт (филиал)*

*Национального исследовательского Томского политехнического университета  
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26, тел. (38451) 6-49-42*

*E-mail: Olga030188@mail.ru*

Система городского общественного пассажирского транспорта (ГПТ) как часть транспортного комплекса – одна из важнейших составляющих инфраструктуры городской экономики. Занимая особое место в транспортной инфраструктуре, ГПТ в первую очередь обеспечивает возможность развития города как единой системы с его экономическими, административными, культурными, политическими и другими функциями. Способствуя реализации данных функций, городской пассажирский транспорт обеспечивает социально обусловленную потребность населения в передвижениях по территории города.

Сегодня различными исследователями предлагаются методологические подходы к изучению общественного пассажирского транспорта как целостной системы. В научной литературе и различных нормативно-правовых актах городской пассажирский транспорт рассматривают как:

1) «систему, предназначенную для перевозки населения в городской и прилегающей ей зоне по различным целям: трудовым, деловым, общественным или культурно-бытовым» [1].

2) «транспорт, удовлетворяющий потребности всех отраслей экономики и населения в перевозках грузов и пассажиров, перемещающий различные виды продукции между производителями и потребителями, осуществляющий общедоступное транспортное обслуживание населения» [3].

3) «сложную систему, включающую в себя ряд подсистем: магистральную сеть и сооружения, подвижной состав, депо, гаражи, парки и ремонтную базу, а также подсистему управления. Сюда же входит и кадровый ресурс, обслуживающий всю транспортную систему» [5].

4) «функционирующую на территории города и в некоторых случаях за ее пределами устойчивую, развивающуюся в соответствии с социально-экономическими концепциями и планированием жизнеобеспечения города систему перевозок пассажиров» [4].

Из приведенных определений можно прийти к выводу, что городской пассажирский транспорт определяют как стабильную систему, которая обеспечивает своевременные регулярные перемещения пассажиров в соответствии с социально-экономическим планированием развития городов, облегчает физический труд пассажиров и осуществляет обмен материальными и духовными ценностями населения. Таким образом, основное социальное значение городского пассажирского транспорта заключается в обеспечении качественных и комфортных условий передвижений и жизнедеятельности населения, обеспечении доступности транспорта для всех категорий жителей. Качество транспортных услуг является одной из важных составляющих повышения конкурентоспособности транспорта.

Современный подход к развитию транспортной отрасли должен быть ориентирован на удовлетворенность потребностей населения в предоставлении качественных транспортных услуг. Дальнейшее развитие российской экономики требует решения следующих системных вызовов транспортной отрасли: рост требований к качеству транспортного обслуживания, обеспечению безопасности и устойчиво-