

УДК 658.628.011.1

ПЛАНИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Рыбакова М.Н., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель - Дозорова Т.А., д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ**

Ключевые слова: ассортиментная политика, планирование, матрица «Маркон».

В работе рассмотрены методические основы практического использования матрицы «Маркон» для планирования ассортиментной политики торгового предприятия.

В современных рыночных условиях торговому предприятию, чтобы выдержать сложную конкурентную борьбу и обеспечить стабильное существование и процветание, необходимо планировать свой торговый ассортимент [1,2,3,4,5,6]. Ассортиментная политика - определение набора товарных групп, наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности предприятия в целом, формирование ассортимента продукции в зависимости от потребностей рынка, финансового состояния предприятия и его стратегических целей. Обычно планирование ассортиментная политика преследует долгосрочные цели. С этой целью рассмотрим процесс формирования ассортимента йогуртов, реализуемых в магазине «Надежда», с помощью матрицы «Маркон». При этом методе исходные данные подразделяются на качественные (типичные характеристики изделий) и количественные (основные экономические данные).

Для анализа по методу «Маркон» будут использованы следующие показатели: количество проданных единиц продукции, цена единицы продукции, средние переменные затраты на единицу продукции, общая валовая маржа, валовая маржа на единицу продукции, доля валовой маржи.

Различным параметрам ассортиментной позиции присваиваются двоичные коды (0 или 1) в зависимости от того, несет она «выгоду» или «проигрыш» относительно среднего взвешенного значения ассортимента. Каждое изделие товарного ассортимента характеризуется двумя сериями двоичных кодов 0 или 1. Первая относится к «решающим» па-

**Таблица - Исходные данные для планирования ассортимента
йогуртов**

Ассортиментная позиция	Цена, руб.	Количество проданных единиц, шт	Переменные затраты, руб.	Общая валовая маржа, Руб.	Валовая маржа на ед, Руб.	Доля валовой маржи в выручке	Значение кода	
							AUI	QPC
	P	Q	C	MCA	MCU	MCI	AUI	QPC
«DANON»	21	1460	10,4	22376	15,3	73	000	010
«Чудо»	24	1452	0,8	23500	10,2	67,4	000	010
«Valio Gefilus»	56	740	20,8	44678	60,4	101,8	110	101
«Двухслойный»	25	365	12,4	17580	48,2	152,6	011	000
Средние значения	31.5	1004,5	13,35	27053,5	37	110,2	x	x

раметрам: Q, P, C, вторая – к «контрольным»: MCA, MCU, MCI. Ноль означает, что значение параметра данной ассортиментной позиции ниже среднего значения, а единица – выше среднего значения. Данные для метода Маркон по магазину «Надежда» приведены в таблице.

Далее необходимо построить таблицу двойного ввода, в вертикальных колонках которой указываются тройки кодов P, Q, C, а в горизонтальных – тройки кодов MCA, MCU, MCI. Таким образом, получается матрица, состоящая из 64 ячеек (Рисунок 1).

Ячейки, в которых группируются ассортиментные позиции с высоким общим запасом прибыли, размещаются в верхней части таблицы. В ее нижней части размещаются ячейки, в которых группируются ассортиментные позиции с низким общим запасом прибыли. Изделия с высоким удельным весом группируются в ячейках левой части матрицы, изделия с низким удельным весом – в правой части. Зонам даются названия, маржинальность продукта рассматривают как «энергию», а объемные показатели - как «размер».

При планировании ассортиментной политики торгового предприятия необходимо учитывать следующие результаты анализа по методу «Маркон»:

QPC	111	110	101	100	011	010	001	000
AUI								
111								
110			«Valio Gefilus»					
101								
100								
011								«Двух- слой- ный»
010								
001								
000						«DANON», «Чудо»		

Рисунок 1 – Статическая матрица «Маркон» для планирования ассортимента йогуртов

- йогурты «DANON» и «Чудо» не приносят значительной выручки и валовой маржи, находятся на позиции «Спутники» в решетке «Маркон», следовательно, они являются «неперспективными»;

- йогурт «Двухслойный» по занимающей позиции в матрице «Маркон» будет и в перспективе участвовать в формировании ассортимента йогуртов;

- йогурт «Valio Gefilus» попадает в зону, называемой «красный гигант», то есть приносит значительную прибыль и является успешно продающимся товаром со стабильным спросом среди других производителей; обладает большим объемом продаж, большой валовой маржой и высокой ценой. Это высокорентабельный товар, прибыль от которого используется для поддержания отстающих позиций. Поэтому при формировании ассортиментной политики йогуртов ему необходимо уделить основное внимание.

Библиографический список

1. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.01 «Экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А. До-

- зорова, В.М. Севастьянова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2017. - 184 с.
2. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для подготовки бакалавров, обучающихся по направлению «Агрономия» / Т.А. Дозорова, В.М.Севастьянова.- Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2015. – 168 с.
 3. Дозорова, Т.А. Региональное планирование, прогнозирование и программирование: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки: 38.04.01 Экономика, магистерская программа «Региональная экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А.Дозорова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. столыпина, 2017. – 92 с.
 4. Дозорова, Т.А. Методические рекомендации по дипломному проектированию по специальности 080401 «Товароведение и экспертиза товаров» / Т.А. Дозорова // Инновационные технологии в высшем профессиональном образовании. Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава академии 11-13 октября 2011 года. – Ульяновск: УГСХА, 2011. – С.88-94.
 5. Дозорова, Т.А. Коммерческая деятельность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Т.А. Дозорова, О.Н. Семирханова. – 2-изд., перераб. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2016. – 162 с.
 6. Дозорова, Т.А. Планирование в торговой деятельности: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.07 Товароведение / Т.А.Дозорова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2016. - 56 с.

PLANNING THE ASSORTMENT POLICY OF TRADE ENTERPRISE

Rybakova M.N.

Key words: *assortment policy, planning, matrix “Marconi”.*

In the article the methodical bases and practical use of the matrix “Marconi” for planning the assortment policy of trade enterprise.