
**ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА
ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ
«ВСЁ ДЛЯ ВАС» С. ОЗЁРКИ ЧЕРДАКЛИНСКОГО РАЙОНА
УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Е.С. Егорова, студентка 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – к.с.-х.н, доцент Асмус В.А.
Ульяновская ГСХА*

Формирование ассортимента представляет собой процесс подбора для реализации в магазине различных групп товаров, их видов и разновидностей, дифференцированных по всем отличительным признакам. Процесс формирования товарного ассортимента должен исходить из формы его товарной специализации и размера торговой площади и быть направлен на удовлетворение спроса обслуживаемых контингентов покупателей и обеспечение высокой прибыльности их деятельности.

Суть проблемы формирования ассортимента состоит в планировании практически всех видов деятельности, направленных на отбор продуктов для будущего производства, реализации и на приведение характеристик этих продуктов в соответствие с требованиями потребителей.

Магазин «Всё для вас» (ИП Клоков) - занимается розничной торговлей. Адрес: 433428, Россия, Ульяновская область Чердаклинский район с.Озёрки, 1^{ый} микрорайон, д.20. Режим работы магазина: ежедневно с 8:00 до 20:00, обед с 14-15. Магазин начал свою работу в марте 2004 года.

Услуги, предлагаемые ИП Клоков, призваны удовлетворить потребности клиентов и отвечают требованиям действующего законодательства РФ. Товар в магазине разной ценовой категории: от дешевого до дорогого - разных производителей и поэтому рассчитан на покупателя с разным достатком.

ИП Клоков предоставляет покупателям ассортимент разных производителей. Он работает с теми поставщиками, которые надежно зарекомендовали себя на рынке. ИП Клоков предлагает своим покупателям около 2000 наименований товаров.

Деловой подход в сочетании с профессионализмом и многолетним опытом сотрудников магазина в сфере продаж позволили им за короткий период времени завоевать доверие покупателей. Всего работников магазина 6 (индивидуальный предприниматель, бухгалтер и 4 кассира-продавца).

Ассортимент товаров у ИП Клокова многообразен, около 2000 наименований товаров.

Оценка преимуществ и недостатков в деятельности магазина свидетельствует о том, что магазин имеет достаточное количество преимуществ и может предоставлять конкурентоспособную качественную продукцию, одно из которых - удобное расположение в центре села.

Одним из основных экономических показателей деятельности торгового предприятия, во многом определяющим степень достижения цели предпринимательской активности, является товарооборот – процесс обмена товара на деньги. Как экономический показатель розничный товарооборот отражает

объем товарной массы в денежном выражении, переходящий в сферу личного потребления в обмен на денежные доходы населения, и характеризует, с одной стороны, денежную выручку торговли, с другой – сумму расходов населения за покупку товаров.

Таблица 1- Динамика развития магазина «Все для вас»

| Показатели | Годы | | | 2010г к 2008г, % |
|---|-----------------|------------------|------------------|---------------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | |
| Количество магазинов, ед. | 1 | 1 | 1 | 100,0 |
| Торговая площадь, м ² | 25 | 25 | 25 | 100,0 |
| Розничный товарооборот, тыс.руб. в действующих ценах | 9374,0 | 10313,8 | 10257,4 | 109,4 |
| Численность обслуживаемого на- селения, чел | 2000 | 2000 | 2000 | 100,0 |
| Норматив торговой площади на 1000 жителей, м ² | 260,0 | 260,0 | 260,0 | x |
| Торговая площадь на 1000 жителей, м ² | 0,025 | 0,025 | 0,025 | 100,0 |
| Средняя торговая площадь одного магазина, м ² | 25 | 25 | 25 | 100,0 |
| Численность обслуживаемого на- селения на 1 магазин, чел. | 2000 | 2000 | 2000 | x |
| Розничный товарооборот в расчёте на: 1 магазин, тыс.руб. 1м ² торговой площади, тыс. руб. | 9374,0 375,0 | 10313,8 412,6 | 10257,4 410,3 | 109,4 109,4 |
| Степень обеспеченности населения торговой площадью, % | 0,01 | 0,01 | 0,01 | x |

Торговая площадь магазина составляет 25 м² и в динамике лет не меняется. Розничный товарооборот в течении анализируемого периода вырос на 9,4%, что является положительным моментом для данного магазина, т.к. это означает расширение ассортимента со стороны хозяина магазина и увеличение спроса на продукцию.

Выбор определенной ассортиментной стратегии основывается на оценке изменений денежных потоков, вызванных изменением ассортимента, а также на прогнозе состояния денежных потоков в перспективе. В магазине «Всё для вас» всегда базовый устойчивый ассортимент. Но также продается сезонный товар. Магазин старается расширять свой ассортимент, хотя любое расширение ассортимента неизбежно влечет за собой увеличение расходов. При этом положительные финансовые результаты от изменений в ассортименте могут иметь место только в будущем. В магазине есть товар, который всегда пользуется спросом и он, соответственно, имеет наибольший удельный вес в товарообороте. Это - гастрономические и сопутствующие товары. Также есть товар, который имеет наименьший спрос. Это молочные товары, т.к. магазин расположен в посёлке, то спрос на данный товар не велик за счёт покупки мо-

лочной продукции в частном секторе.

Центральное место в системе текущего анализа для характеристики торговой деятельности предприятия и формирования ассортимента занимает АВС – анализ. Он имеет особое значение, поскольку позволяет составлять рейтинговые списки по разным параметрам. Суть его заключается в том, что определяется доля вклада товара в общий доход или оборот каждой группы продуктов. Группы получают название А, В, С. К группе А относятся продукты, которые принесли доход выше среднего, к группе В – продукты со средним вкладом, к группе С – продукты ниже среднего. На основании АВС-анализа можно узнать, каким группами товаров работники магазина должны уделять большее внимание.

Таблица 2- АВС анализ структуры ассортимента товара в магазине «Все для вас»

| Наименование отдела | Сумма реализации за 2010 г.,руб. | Доля, % | Доля с нарастающим итогом, % | Группа |
|--------------------------|----------------------------------|---------|------------------------------|--------|
| Сопутствующие товары | 3003,36 | 24 | 24 | А |
| Гастрономические | 2440,23 | 19,5 | 43,5 | А |
| Кондитерские | 1877,10 | 15 | 58,5 | В |
| Фрукты и овощи | 1751,96 | 14 | 72,5 | В |
| Бакалейные | 1251,40 | 10 | 82,5 | С |
| Заморозка | 750,84 | 6 | 88,5 | С |
| Соки, напитки, чай, кофе | 563,13 | 4,5 | 93 | С |
| Консервация | 500,56 | 4 | 97 | С |
| Молочный | 375,42 | 3 | 100 | С |
| Итого | 12514,0 | х | х | х |

В магазине «Все для вас» к группе А относятся гастрономические и сопутствующие товары. Средний вклад вносят фрукты, овощи и кондитерские изделия, к группе С относятся бакалейные, замороженные товары, а так же соки, напитки, чай, кофе, консервация и молочная продукция.

Показатели эффективности использования основных фондов магазина представлены в таблице 3.

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов не меняется в течение трех лет. Фонды представлены автомобилем хозяина, на котором доставляется часть товаров в магазин, стоимостью здания и хозяйственного инвентаря: прилавки, стеллажи, холодильники и камеры и др.

В динамике лет издержки обращения в магазине имеют тенденцию к снижению – на 8,6%. Прибыль за этот период выросла на 18,2%. Это отразилось на уровне рентабельности товарооборота, который тоже стал больше на 19,3 процентных пункта. Производительность труда увеличилась на 9,4%, как и товарооборот (потому что среднегодовое количество работников магазина

не меняется). Так как остается неизменной и площадь магазина, то прибыль в расчете на м² тоже увеличивается – на 18,2%. Фондовооруженность не изменяется и остается неизменной – 211,6 тыс. руб.

Таблица 3 – Показатели эффективности магазина «Все для вас», тыс. руб.

| Показатели | Годы | | | Темпы роста, % | Отклонение, (+, -) |
|--|--------|---------|---------|----------------|--------------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | | |
| Розничный товароборот в действующих ценах | 9374,0 | 10313,0 | 10257,4 | 109,4 | +883,4 |
| Среднегодовая стоимость основных производственных фондов | 1269,7 | 1269,7 | 1269,7 | 100 | - |
| Издержки обращения, | 667,6 | 698,7 | 610,5 | 91,4 | -57,1 |
| Прибыль отчетного периода | 998,5 | 1081,8 | 1179,8 | 118,2 | +184 |
| Среднегодовая численность работников, чел. | 6 | 6 | 6 | 100,0 | - |
| Торговая площадь, м ² | 25 | 25 | 25 | 100 | - |
| Фондоотдача по товарообороту: в действующих ценах | 0,13 | 0,12 | 0,12 | 92,3 | -0,01 |
| Фондоёмкость | 7,4 | 8,1 | 8,0 | 108,1 | +0,6 |
| Фондовооружённость | 211,6 | 211,6 | 211,6 | 100 | - |
| Производитель труда по товарообороту: в действующих ценах | 1562,3 | 1718,9 | 1709,5 | 109,4 | +147,2 |
| Товарооборот на 1 м ² торговой площади: в действующих ценах | 375,0 | 412,6 | 410,3 | 109,4 | +35,3 |
| Прибыль на 1м ² торговой площади | 39,9 | 43,3 | 47,1 | | |
| Рентабельность товарооборота, % | 10,7 | 10,5 | 11,5 | - | 0,8 |

Она характеризует отношение стоимости основных производственных фондов к численности работников. Фондоёмкость в динамике лет меняется в сторону увеличения – увеличение составляет 8,1%. (Она показывает долю основных производственных фондов в розничном товарообороте)

Таким образом, на формирование товарного ассортимента в магазине должно быть обращено постоянное внимание, так как это развивающийся во времени процесс установления такой номенклатуры товара, которая сможет удовлетворить товарную структуру спроса населения.