

## WAYS INCREASE IN TURNOVER IN STORE NUMBER 141 JSC “TANDER”

*Abdurakhmanov I.M.*

**Key words:** *forecast, trade, stocks, costs, competitor*

*This work is devoted to the analysis of turnover and the ways to increase turnover and turnover in the store planning №141 JSC “Tander”.*

УДК 339

## МЕТОД «МАРКОН» В УПРАВЛЕНИИ АССОРТИМЕНТОМ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Абдурахманов И.М., Хорина Н.С., студенты 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Семирханова О.Н, кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А Столыпина»*

**Ключевые слова:** *ассортиментная политика, формирование ассортимента, метод «Маркон», маржинальная прибыль, база данных*

*Метод «Маркон» используется в управлении ассортиментом плиточного шоколада, который показывает картину для анализа предыдущих/последующих периодов.*

Ассортиментная политика для торгового предприятия в условиях возрастающей конкуренции, относится к главной составляющей общей экономической стратегии. Поэтому руководству предприятия необходимо проводить поиск такого ассортимента, который позволит сохранить желаемую прибыль на перспективу.

Существует большое разнообразие методов управления ассортиментом. Однако предприятию необходимо использовать метод «Маркон», как один из методов оптимизации ассортиментной политики.

К положительным моментам метода «Маркон» относится: требует незначительную базу данных и простые приемы анализа; приводит наглядность результатов.

Рассмотрим применение метода «Маркон» на основе плиточного шоколада, реализуемого ИП Фаизовым Т.Г.(таблица 1).

Построенная матрица «Маркон» показала какой артикул попал в какую ячейку, картина выглядит следующим образом:

Таблица 1 - Присвоенные коды ассортимента плиточного шоколада

Ассортимент шоколада	1 полугодие 2014 г.		2 полугодие 2014 г.		1 квартал 2015 г.	
	Значение кода QPC	Значение кода MCA MCU MSI	Значение кода QPC	Значение кода MCA MCU MSI	Значение кода QPC	Значение кода MCA MCU MSI
1	2	3	4	5	6	7
1. Альпен Гольд	011	001	011	001	011	001
2. Кофе с молоком	011	001	011	001	011	001
3. Вдохновение	100	111	100	111	100	111
4. Бабаевский	100	011	100	011	100	011
5. Аленка	100	011	100	011	001	001
6. Россия щедрая душа	011	101	011	001	011	101
7. Милка	011	101	011	101	011	101
8. Dove	100	011	100	111	100	011

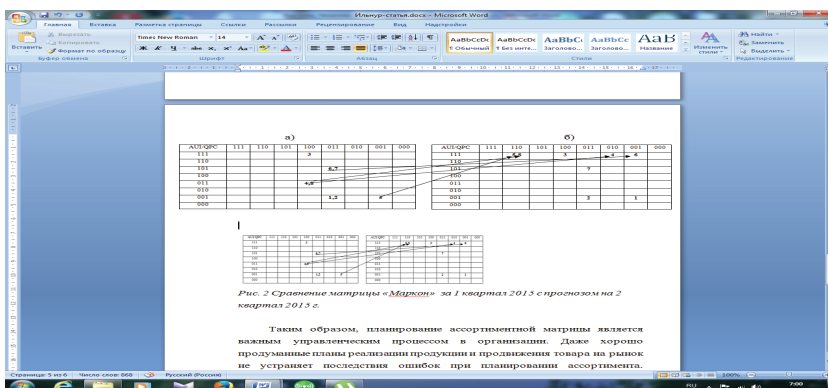


Рисунок 1 - Результаты матрицы «Маркон»  
(а) 1 квартал 2015г.; б) прогноз на 2 квартал 2015 г.)

- шоколад «Альпен Гольд», «Кофе с молоком» и «Аленка» попали в ячейку – проигрышные, т.е. теряющие интерес потребителей;
- «Бабаевский» и «Dove» - в ячейку поддерживаемые;
- «Россия щедрая душа» и «Милка» - в группу эксплуатируемые;
- Плиточный шоколад «Вдохновение» попал в ячейку выигршные.

Для достижения высоких результатов предлагаем: заключить договора с прямыми поставщиками, чтобы уменьшить переменные затраты и тем же самым понизить продажную цену; различные промоакции, скидки чтобы привлечь покупателей и увеличить количество реализуемой продукции. Таким образом, по проведенным подсчетам во втором квартале 2015 года, ИП Фаизов

Т.Г. может достичь более высоких результатов и получить больше прибыли, за счет предложенных нами мероприятий (рисунок 1).

В результате рекомендуемых мероприятий шоколад «Аленка» и «Dove» попали в квадрант «выигршные», могут успешно продаваться в магазине со стабильным спросом и приносить предприятию основные прибыли.

Плиточный шоколад «Бабаевский» и «Россия щедрая душа» переместились в зону «эксплуатируемые», они могут отличаться значительной рентабельностью и ограниченным спросом.

Руководству предприятия нужно предпринимать хорошо обдуманые действия и решения в борьбе с конкурирующими предприятиями. Управление ассортиментом товаров методом «Маркон» является важнейшим процессом в организации и ведении всей деятельности торгового предприятия, который приводит к успешной реализации продукции и повышению экономической эффективности предприятия в целом.

### ***Библиографический список***

1. Астраханцева, И. Матрица «Маркон» как инструмент анализа ассортиментной политики предприятия / И. Астраханцева, Е. Одинцова // Консультант директора. - 2006. - № 7. - С. 12-17.
2. Семирханова, О.Н. Современное развитие коммерческой деятельности в розничной торговле / О.Н. Семирханова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов I Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012.- Часть 2. – С.144-147.
3. Семирханова, О.Н. Инновационное развитие коммерческой деятельности торгового предприятия в современных рыночных условиях / О.Н. Семирханова, В.А. Асмус // Инновационное развитие современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. В 9 частях. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – Часть2.-С.183-184.
4. Семирханова, О.Н. Совершенствование организации коммерческой деятельности на предприятии / О.Н. Семирханова // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии.-2013.-№ 3(23).-С. 148-152.
5. Семирханова, О.Н. Управление ассортиментом продукции как инструмент повышения эффективности современного бизнеса /О.Н. Семирханова, С.Ю. Петрякова // Экономика и предпринимательство. – 2014. - №8 (49). – С.813 – 816.
6. Петрякова, С.Ю. Этика предпринимательской деятельности/ С.Ю. Петрякова // Человек и Вселенная.- Санкт-Петербург: Центр оперативной полиграфии, 2005.- №3.-С.78-81.

7. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов направления подготовки 110400.62 «Агрономия» / Т.А. Дозорова, В.М. Севастьянова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2015. - 136 с.
8. 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: ГСХА, 2011. – С.88-94.
9. Дозорова, Т.А. Индикативное планирование как инструмент управления в рыночных условиях / Т.А.Дозорова, О.Н.Семирханова // Современное развитие экономических и правовых отношений. Образование и образовательная деятельность. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. - Дмитровград, 2008. - С. 50-55.

## METHOD “ MARCONI” IN INVENTORY MANAGEMENT OF COMMERCIAL ENTERPRISES

*Abdurakhmanov I.M., Chorina N.S.*

**Keywords:** *assortment policy , the formation of the range, the method of “ Marconi” , contribution margin , database*

*The method of “ Marconi” is used in the management of an assortment of chocolate bars , which shows the picture for the analysis of the previous / subsequent periods .*