

УДК 339

АНАЛИЗ РИТМИЧНОСТИ ТОВАРООБОРОТА (НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА «САЛЯМ»)

*Карпова Ю.С., Чатанова А.Р., студентки 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Петрякова С.Ю., кандидат педагогических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А.Столыпина»*

Ключевые слова: коэффициент ритмичности, анализ, товарооборот, молочный отдел

Работа посвящена проведению анализа ритмичности товарооборота магазина «Салям» г.Буинска по молочному отделу.

Ритмичность работы магазина подразумевает выполнение запланированного товарооборота по периодам: кварталам, месяцам, декадам. Ритмичная деятельность торгового предприятия является одним из важных условий рациональной организации торговли. На ритмичность работы предприятия влияют усилия торгово-оперативного персонала, вспомогательных и обслуживающих работников. Исходя из этого должна быть налажена эффективность работы всех управленческих структур предприятия.

Анализируя ритмичность продаж, определяется коэффициент ритмичности товарооборота, который равен отношению суммы фактического товарооборота в пределах плана за ряд лет к сумме планового товарооборота за тот же период.

Рассчитываемый коэффициент ритмичности выражается, как в денежном выражении, так и в удельном весе от общего объема продаж. Если коэффициент равен единице, то продажа считается равномерной.

Проведем анализ коэффициента ритмичности по молочному отделу на примере магазина «Салям» (таблица 1).

$$\text{Коэффициент ритмичности} = \frac{56337}{56830} = 0,9913$$

$$\text{Коэффициент аритмичности} = 1 - 0,9913 = 0,0087$$

Используя коэффициент аритмичности, рассчитаем стоимость снижения товарооборота:

$$56830 * 0,0087 = 494,421 \text{ руб.}$$

Данные проведенных расчетов позволяют сделать следующий вывод: удельный вес продукции, реализуемый без нарушения запланированного графика, составляет 99,13 %. Рассчитанный коэффициент ритмичности меньше 1,

Таблица 1 – Анализ коэффициента ритмичности

Декада, месяц	Товарооборот, руб.		Отношение факта к плану, %	Удельный вес, %		Засчитывается в счет выполнения плана	
	План	Факт		План	Факт	Тыс. руб.	%
1	18350	17857	97,31	32,29	30,92	17857	31,42
2	19120	19668	102,87	33,64	34,05	19120	33,65
3	19360	20233	104,51	34,07	35,03	19360	34,06
ИТОГО	56830	57758	101,63	100,0	100,0	56337	99,13

это может говорить о недостаточной ритмичности продаж в отчетном периоде. Объем продаж был выполнен только во 2 и 3 декаде, а в 1 декаде он невыполнен. В целом же можно говорить о том, что план, который был поставлен предприятием по продаже молочной продукции, выполнен.

Библиографический список

1. Петрякова, С.Ю. Проблемы развития потребительской кооперации/ С.Ю.Петрякова// Актуальные вопросы аграрной науки и образования/ Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 65-летию Ульяновской ГСХА. –Ульяновск: ГСХА,2008. -Том VII. –С.112-114.
2. Петрякова, С.Ю. Роль предпринимательства в социально-экономической жизни России/С.Ю.Петрякова// Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения. Материалы Международной научно-практической конференции.– Ульяновск: ГСХА,2009.- Том VI. –С.165-169.
3. 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.
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. 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.

ANALYSIS OF THE RHYTHM OF TURNOVER (ON THE EXAMPLE OF THE SHOP “SALAM”)

Karpova Yu.S., Chatanova A.R.

Keywords: *rhythm coefficient, analysis, commodity turnover, dairy department*

Work is devoted to carrying out the analysis of rhythm of commodity turnover of «Salam» shop on dairy department.

УДК 658+339

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В МАГАЗИНЕ

*Карпова Ю.С., Чатанова А.Р., студентки 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Севастьянова В.М.
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *товарооборот, аромаркетинг, аромат, стимулирование продаж, маркетинговый ход, продукция, увеличение прибыли магазина*

Работа посвящена изучению аромаркетинга, как способа используемого предприятиями розничной торговли для стимулирования продаж и благоприятного влияния на покупателя.

На сегодняшний день исследуемая тема актуальна, так как желание повысить уровень продаж велико. Это желание возникает по разным причинам: кто-то просто хочет продавать больше и соответственно, зарабатывать больше, а для кого-то повышение уровня продаж – это единственный способ спасти свой бизнес. Одним из эффективных методов роста товарооборота торгового предприятия является аромаркетинг, применение которого рассмотрим на примере исследуемого магазина «Салям».

Аромаркетинг – это новое направление искусства продаж, в основе которого лежит воздействие ароматов на поведение человека.

Аромат – это самый мощный и недорогой способ создать эмоциональную связь между потребителем и брендом.