

ПЛАНИРОВАНИЕ ТОВАРООБОРОТА РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

**Самоварова Т.А., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Семирханова О.Н.,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА**

Ключевые слова: *матрица SPACE, товарооборот, индекс сезонности, планирование, стимулирование продаж.*

В статье проведена оценка конкурентного положения растительных масел, проведено планирование товарооборота и планирование квартальных объемов товарооборота растительных масел. В результате проведения мероприятий по стимулированию продаж представлены прогнозируемые экономические показатели магазина.

Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной политики, целью которой является сориентировать предприятие на продажу тех видов растительных масел, которые соответствуют структуре и разнообразию спроса покупателей.

Для того чтобы оценить конкурентное положение растительных масел, предлагаемых в магазине ИП Камаевой Р.А., была использована матрица SPACE, с помощью которой устанавливается стратегическое положение продукции на рынке, маневрируя внутренними (финансовая устойчивость и конкурентное преимущество) и внешними показателями (устойчивость рынка и стабильность внешних условий), с характерным набором факторов.

С помощью SPACE метода дается оценка четырем группам факторов, просчитанный эксперт согласно шкалы от 0 до 6 [1].

Таким образом, с помощью результатов оценки параметров каждого фактора, и вычисления среднего значения факторов внутри каждой из групп, нанесли рассчитанные значения на осях координат (рис. 1).

Из рисунка можно увидеть, что в период исследования растительные масла в магазине оказываются в «агрессивном положении», то есть они получают конкурентные преимущества, которые можно сохранить и приумножить посредством финансовых возможностей.

Запланируем товарооборот растительных масел ближайшую перспективу, а затем выявим наиболее выгодные для предприятия пути совершенствования ассортиментной политики.

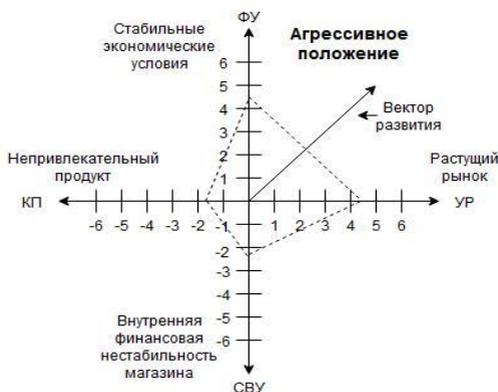


Рисунок 1 – Результаты SPACE матрицы

Планирование товарооборота растительных масел на 2015 г. проводилось с помощью расчетно-аналитического метода. Объем товарооборота растительных масел за 2014 г. составил 110525 руб., среднегодовой темп изменения товарооборота за три года равен 104,93%, следовательно, прогнозируемый объем товарооборота растительных масел на будущий год будет равен 115973,88 руб. [2]

Динамика квартальных оборотов торгового предприятия значительно отличается от годовых. В данной работе использован метод относительной средней. В 2015 г. планируется увеличить товарооборот до 115973 руб., при этом, увеличив среднеквартальный товарооборот до 28993 руб.

Одним из параметров воздействия на объемы продаж является реклама. Проводя рекламную кампанию, магазин опирается на две основные составляющие – психологическую и экономическую.

Для увеличения объемов продаж оливковых масел в магазине ИП Камаевой Р.А. была предложена раздача цветных флаеров формата А6, заполненных с обеих сторон – на одной стороне перечислены полезные свойства оливковых масел, а на другой – рецепт приготовления блюда с помощью данного масла. С целью увеличения объемов продаж растительных масел, в частности оливковых, планируется провести рекламную кампанию в августе – сезон созревания овощей, поскольку данный вид масла используется в основном для заправки салатов. Суть акции заключается в том, что, покупая любое оливковое масло, покупатель получает в подарок подсолнечное масло объемом 0,25 л. [3,4,5].

В таблице 1 видны результаты проведения мероприятий.
Таблица 1 – Изменение экономических показателей магазина по оливковым маслам в результате проведения мероприятий по стимулированию продаж

Показатели	Факт, август 2014г.	План с учетом проведенной акции, август 2015г.	План с проведением рекламной кампании, август 2015г.	План среднее значение	Темп роста, %
Товарооборот, руб.	2998	3748	3598	3673	122,5
Общие расходы, руб.	2301	2676	2751	2714	117,9
Прибыль от реализации, руб.	697	1072	847	959	137,6
Уровень рентабельности, %	23,2	28,6	23,5	26,1	2,9 п.п.

Так, в результате проведения рекламной кампании товарооборот оливковых масел в августе 2015 г. составит 3598 руб., а в результате проведенной акции товарооборот оливковых масел увеличится до 3748 руб. Товарооборот повысится на 22,5%, а уровень рентабельности - на 2,9 п.п. Общие расходы, связанные с реализацией оливковых масел в августе 2015 г. составят в среднем 2714 руб.

Подводя итоги, отметим, что предложенные рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики позволят предприятию увеличить экономические показатели и повысить успех деятельности ИП Камаевой Р.А.

Библиографический список:

1. Иванов, Г.Г. Управление торговой организацией: учебник / Г.Г. Иванов, И.С Лебедева, Т.В Панкина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013. – 368 с.
2. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: Учебник для вузов / Под ред. А.Н. Соломатина. – СПб.: Питер, 2009. – 560 с.
3. 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. Часть 2. / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012. – С.144 – 147.
4. 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.

5. 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. – Ч.2/отв.ред. А.А Сукиасян. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С.183 – 184.

PLANNING OF TURNOVER OF VEGETABLE OILS IN COMMERCIAL ENTERPRISES

Samovarova T.A., Semirkhanova O.N.

Keywords: *matrix SPACE, turnover, index of seasonality, planning, sales promotion.*

In the article estimation of the competitive position of vegetable oils, carried out the planning of commodity turnover and planning of quarterly trade volume of vegetable oils. As a result of carrying out of actions for stimulation of sales: forecasted economic indicators of the store.

УДК 339.13:664.69

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

**Самоварова Т.А., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Семирханова О.Н,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА**

Ключевые слова: *макаронные изделия, структура рынка, динамика розничных продаж, средняя цена.*

В статье проведён анализ российского рынка макаронных изделий, а именно: выявлена структура рынка макаронных изделий, структура рынка по видам макаронных изделий, динамика розничных продаж по кварталам, сравнение средних оптовых цен. Полученные данные позволили произвести оценку состояния и перспективы развития рынка макаронных изделий.