

Результаты опроса покупателей, свидетельствуют о среднем уровне культуры обслуживания в магазинах № 62 и 83 и низком в магазине № 145.

Таким образом, апробация методик позволила выявить следующие причины невысокого уровня культуры торговли в магазинах ОАО «Веста»: низкий уровень организации внутримагазинной информации, несоответствие графика работы кассиров-контролеров интенсивности покупательских потоков, низкая активность и недостаточный профессионализм пер

УДК 339.3

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

С.М. Ясюкевич, Л.А. Рипецкая

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь особую актуальность приобретают вопросы совершенствования управления ассортиментом товаров народного потребления. Управление ассортиментом товаров на предприятиях розничной торговли различных форм собственности - это одна из самых сложных управляющих систем, функционирующих в коммерческой деятельности. От ее эффективности во многом зависит какой товар будет предложен потребителю и в каком объеме.

ОАО «Витебские продукты» разрабатывает ассортимент для торговых объектов на основании обязательного минимального ассортиментного перечня, рекомендуемого Министерством торговли Республики Беларусь.

В ОАО «Витебские продукты» наметилась тенденция роста удельного веса импортной продукции и снижение доли отечественных товаров. Так, в 2005 году доля отечественных товаров в товарообороте предприятия составляла 90,14%, в 2006 году – 86,1%, а в 2007 году – 81,6%. Это свидетельствует о формировании конкурентоспособного ассортимента товаров, обеспечивающего прибыльную деятельность организации и удовлетворяющего потребности покупателей.

Розничный товарооборот предприятия формируется в основном за счет реализации широкого ассортимента продовольственных товаров, однако предприятие включает в ассортимент набор различных сопутствующих непродовольственных товаров, пользующихся спросом.

Товарооборот предприятия за 2007 год вырос на 28,22%: причем на 17,76% - за счет увеличения физического объема товарооборота (увеличения количества реализованных товаров) и на 10,46 % за счет роста цен.

На основе анализа динамики объемов продаж товаров, можно заметить тенденцию к увеличению продаж более ценных в питательном отношении товаров, хотя и более дорогих, таких как мясо, рыба, чай, соки, и соответственно снижение объемов реализации продукции первой необходимости. Также наблюдается увеличение реализации «полезных товаров» (рыбы, сыра, овощей, чая) и снижение реализации «вредных» товаров (сахар, маргарин, соль, мука, макаронные изделия). Это свидетельствует о росте благосостояния населения и повышении культуры питания.

Проведенный анализ управления товарным ассортиментом на предприятии позволил выявить как положительные, так и отрицательные моменты.

Таблица 1 - Положительные и отрицательные процессы в управлении ассортиментом ОАО «Витебские продукты»*

Положительные процессы	Негативные процессы
При формировании ассортимента предприятие учитывает общие и специфические факторы: контингент покупателей, уровень их дохода, традиции, обычаи, развитие производства товаров, спрос, тип и размер магазина, его техническая оснащенность, численность и состав обслуживаемого населения.	ОАО «Витебские продукты» использует метод формирования ассортимента на основе ассортиментного перечня, который не позволяет гибко реагировать на изменения, происходящие на конкретном рынке или его сегменте; не всегда учитывает запросы потребителей и сдерживает инициативу торговых работников в формировании ассортимента.
Закупку товаров, на которые не устанавливаются квоты, предприятие не планирует на длительный срок, заказы составляются исходя из еженедельных заявок магазинов, что позволяет гибко реагировать на изменения, происходящие на рынке товаров.	Отсутствует единая информационная база о поставщиках, ценах, заказах, поставках и других сведениях. Текущая информация от торговых организаций поступает в Управление ОАО преимущественно (за небольшим исключением) в документированном виде, а оперативная – через диспетчерскую службу. Несовершенство информационной базы снижает эффективность управленческой работы.
Принятие решения об исключении конкретного товара из ассортимента осуществляется на основе анализа объемов продаж товара с учетом его жизненного цикла.	При закупке отдельных видов товаров объемы поставок и поставщики определяются Управлением торговли и услуг Витебского облисполкома. Государством выделяются квоты на отдельные товары, которые не всегда соответствуют потребностям в них предприятия.
За каждым товароведом торгового отдела закреплены определенные ассортиментные группы товаров, с которыми он работает. Такой способ распределения обязанностей помогает повысить эффективность работы и ответственность каждого работника.	Имеет место нестабильность ассортимента и перебои в товароснабжении.
Предприятие оказывает услуги сторонним организациям и некоторым поставщикам, проводит анкетирование, опросы покупателей, что содействует увеличению объемов продаж, росту товарооборота и доходов предприятия.	Нет систематичности в проведении опросов покупателей. Маркетинговые услуги оказываются только заинтересованным поставщикам товаров.
Стремление представить широкий выбор разнообразных товаров своим покупателям за счет увеличения доли импортных и непродовольственных товаров в общем объеме реализации.	Имеет место замедление оборачиваемости отдельных товаров и товарных групп, что снижает эффективность ассортиментной политики организации.
Как в крупных, так и небольших магазинах представлен широкий ассортимент товаров. Разнообразие ассортимента в крупных магазинах достигается в основном за счет представления большого выбора разновидностей товаров.	В случае образования сверхнормативных запасов принимается решение по переброске товаров из одного магазина в другой. Это не лучший способ ускорения оборачиваемости товаров, так как требует дополнительных затрат времени и расходов на транспорт.

*Источник: собственная разработка на основе проведенного анализа

Огромное значение при оценке ассортимента товаров имеет анализ товарных запасов, эффективность использования которых можно оценить по динамике их рентабельности. Рентабельность товарных запасов в 2007 году повысилась на 23,2 процентных пункта. Это свидетельствует об улучшении процесса управления ассортиментом и товарными запасами. Однако, по отдельным товарам имеет место существенное замедление товарооборачиваемости (алей, консервы фруктово-ягодные, сахар, варенье, вино виноградное), что оказывает негативное влияние на конечные результаты деятельности предприятия.

Устранение выявленных недостатков позволит повысить эффективность управления товарным ассортиментом и коммерческой деятельности предприятия в целом.

УДК 658.628:339.372

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «ВИТЕБСКТЕКСТИЛЬТОРГ»

О.В. Алексеева Е.Н. Домбровская

Ассортиментная политика предприятия предусматривает оптимизацию ассортимента для удовлетворения потребностей покупателей и получения максимального экономического эффекта. Целью нашего исследования явилась оценка эффективности ассортиментной политики ОАО «Витебсктекстильторг», осуществляющего оптовую и розничную торговлю товарами текстильной промышленности на территории Витебска и Витебской области. Оценка эффективности ассортиментной политики проводилась по двум направлениям:

1) на основе анализа динамики показателей товарооборота, валового дохода, товарооборачиваемости в разрезе товарных групп;

2) на основе рангового метода, совмещенного ABC и XYZ анализа и оценки потребительских предпочтений по результатам анкетирования.

Ассортимент предприятия представлен такими группами товаров, как ткани (наибольший удельный вес в товарообороте), трикотажные, швейные, чулочно-носочные изделия, нитки швейные, комплекты постельного белья, комплекты кухонные, галантерея, фурнитура и др. Анализ динамики и структуры товарооборота выявил следующие изменения:

1) по хлопчатобумажным тканям наблюдается рост доли оптового оборота и снижение доли розничного оборота, при этом доля последней группы в валовом товарообороте сократилась;

2) по шелковым и шерстяным тканям, трикотажным и швейным изделиям отмечается снижение доли в валовом товарообороте, в том числе в оптовой и розничной торговле;

3) по льняным тканям наблюдается рост удельного веса и в оптовой, и в розничной торговле;

4) по ниткам швейным отмечается рост удельного веса и в валовом товарообороте, и в оптовой, и в розничной реализации.

Такие структурные изменения привели к падению объемов оптовой реализации и росту розничного товарооборота. Для большинства рассматриваемых групп товаров характерна сезонность продаж, что необходимо учитывать при планировании закупок товаров.

Анализ валового дохода показал, что в 2007 г. произошло снижение его величины в целом, как в оптовой, так и в розничной торговле. В оптовой торговле наблюдается снижение валового дохода по всем группам товаров, кроме ниток швейных. В розничной торговле возросла величина валового дохода лишь по льняным тканям и трико-