

**АВС-АНАЛИЗ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОРГОВОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ***А.А. Макарчик, 4 курс**Научный руководитель – Л.Л. Скворцова, ст. преподаватель
Гродненский государственный университет им.Я.Купалы*

Для осуществления эффективной деятельности предприятия и достижения своей основной цели- получения максимальной прибыли, организации должны быть способны выявлять недостатки всех торгово-технологических и организационных процессов и устранять их, тем самым совершенствуя свою деятельность и становясь более конкурентоспособными. Одним из важнейших составляющих деятельности организации является процесс формирования ассортимента и товарных запасов. От правильности формирования ассортимента, влияющего на товарное предложение и потребительский спрос, а также ряда других факторов, зависит рентабельность и прибыль предприятия.

Из этого следует, что вопрос совершенствования процесса формирования ассортимента товаров на сегодняшний день является актуальным и требует особого внимания.

Для формирования наиболее целесообразного ассортимента товаров необходимо подойти комплексно к изучению потребностей рынка и его состояния, изучить спрос, прогнозы продаж. Для этого нужен постоянный мониторинг ситуации на рынке, налаживание наиболее коммерчески-выгодных каналов сбыта продукции, создание служб сервиса и обслуживания, сопровождающих послепродажное использование товара.

Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции, которая направлена на построение оптимальной структуры ассортимента. Структура ассортимента, представляет собой, процентное соотношение определённых товарных групп к их общему количеству.

При изучении ассортимента применяются различные методы, позволяющие проанализировать множество показателей, наиболее значимыми из которых являются широта, глубина, полнота, устойчивость, обновляемость, новизна, совместимость, высота, подвижность, стабильность, актуальность.

Из всех методов анализа ассортимента в практике деятельности предприятий торговли хорошо себя зарекомендовал АВС-анализ. Он представляет собой изучение структуры ассортимента и выявление ассортиментных позиций представляющих наибольшую ценность. В его основе лежит принцип Парето, продукция разделяется на категории А, В и С, составляющие в структуре продаж 80, 15 и 5%. Позиции в категории А несомненно стоит оставить в ассортименте, а вот ассортиментные позиции категории В и особенно С должны быть тщательно проанализированы на предмет того, стоит их оставить в ассортименте или же исключить [1,стр.364].

Для проведения АВС – анализа необходим «Отчёт о розничной торговле» за определенный период. Все расчёты могут проводиться с помощью программного обеспечения. Данный метод не требует больших временных затрат, а его результаты позволяют оптимизировать ассортимент товаров.

Нами был произведён АВС-анализ ассортимента товаров Гродненского филиала РУП «Белсоюзпечать» на основании «Отчёта о розничной торговле» за 2019 год. Целью данного исследования было выявление недостатков ассортимента и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Гродненский филиал РУП «Белсоюзпечать» входит в систему государственных предприятий Республики Беларусь по распространению печатной продукции. В основе деятельности предприятия: широкий ассортимент, целенаправленное развитие и технологические инновации. Ассортимент товаров в павильонах и киосках Гродненского филиала «Белсоюзпечати» сильно изменился в течение последних двух лет. Основной продукцией для продажи в павильонах организации являются печатные издания, но в эпоху автоматизации и развития интернет-ресурсов спрос на данную продукцию упал. Необходимо отметить отрицательную динамику в продаже газет и журналов: в 2019 году она снизилась на 7,2 %. Но, благодаря усилиям коллектива, более 140 тысяч экземпляров газет и журналов ежедневно распространяются через точки продаж.

В связи с постоянно изменяющимся спросом руководство организации непрерывно включает в ассортимент востребованные покупателями товары. Так, используя пространственное расположение павильонов, расположенных вблизи остановок общественного транспорта города Гродно было принято решение о включении в ассортимент 33 торговых объектов продуктов питания. Недавно в реализацию вошли изделия из хрусталя, постельное бельё, много новых сувенирных товаров.

По результатам проведённого ABC-анализа были выявлены следующие особенности ассортимента предприятия. В группе А оказались табачные изделия, газеты и журналы, канцелярские товары, парфюмерно-косметическая продукция, они приносят основную прибыль организации. Ресурсы данной группы должны жестко контролироваться, четко прогнозироваться.

Группа В составили игрушки, кондитерские изделия, мучные изделия, безалкогольные напитки, текстильные изделия, сувениры, книги. Эта группа товаров обеспечивает хорошую стабильную прибыль, поэтому может модернизироваться более спокойными и умеренными темпами. Данные ресурсы относительно стабильны в краткосрочной перспективе.

Группа С имеет наибольшее количество позиций (13 из 24). В ее составе галантерейные товары, столовые принадлежности, кофе и чай, фрукты и овощи, молочные продукты, одежда, средства бытовой химии, периферийные устройства, цветы и растения, музыкальные и видеозаписи, фото-принадлежности, часы, алкогольные напитки. Это – товары, приносящие наименьшую прибыль для Гродненского филиала «Белсоюзпечати».

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно сделать ряд выводов о недостатках ассортиментной политики:

1. Большое количество товарных групп, не пользующихся спросом.
2. Небольшое количество групп товаров приносящих максимальную прибыль.

Исходя из данного анализа, можно сформулировать основные предложения по улучшению ассортимента:

1. Более часто проводить изучение спроса на ту или иную группу товаров. Необходимо учитывать, что в различных точках продаж спрос на разные группы товаров может быть разным. Поэтому ABC-анализ ассортимента необходимо проводить не только по организации в целом, но и по отдельным объектам торговли, для выявления товаров пользующихся наиболее высоким спросом в каждом конкретном объекте торговли.

2. Товары, приносящие наибольшую прибыль торговой организации, не всегда своевременно доставляются к точке продажи, что влечёт за собой финансовые потери. Поэтому необходимо наладить своевременную поставку товаров по заявкам.

3. Сократить количество товаров, не пользующихся спросом. Убрать из ассортимента товаров такие группы, как «алкогольные напитки», «часы», «молочные продукты».

4. Пополнение ассортимента новыми товарами влечёт за собой определённые затраты и риски, которые могут быть неоправданными. Поэтому стоит более избирательно подходить к вводу новых товаров.

Конечно, изучение ассортимента требует более детального подхода, но даже если проводить ABC-анализ и анализ основных показателей ассортимента регулярно, то на их основании можно сформировать основные представления о спросе на разные группы товаров. А так как данный анализ не требует ни физических, ни материальных затрат, он является альтернативным способом изучения спроса в организациях, не имеющих достаточных финансовых и трудовых ресурсов для изучения конъюнктуры рынка.

Список использованных источников

1. Платонов В.Н. Организация и технология торговли: учебник / В.Н.Платонов, Л.С.Климченя. – Минск: БГЭУ, 2017. – 426 с.