Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Институт экономики, торговли и технологий
Кафедра «Маркетинг и менеджмент»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
«Маркетинг и менеджмент»
д.э.н., профессор
_____/И.П. Савельева/
«15» июня 2016г.

Разработка маркетинговой программы повышения конкурентоспособности (на примере потребительского общества «Ик»)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ-080200.2016.622.ПЗ ВКР

Руководитель работы
доцент
_____/Мошкина Л.Д./
«15» июня 2016г.

Автор работы
студент группы ЭТТ- 580з
_____/Ракипов Р.Р./
«15» июня 2016г.

Нормоконтролёр
доцент
_____/Ярушина Е.В./
«15» июня 2016 г.

Челябинск 2016

№ 12
15.06.16

«Южно-Уральский государственный университет»
Институт экономики, торговли и технологий
Кафедра «Маркетинг и менеджмент»
Направление «Менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой «Маркетинг и менеджмент»
_____ /И.П. Савельева/
«15» 06 2016 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ СТУДЕНТА

Ракипова Руслана Рифкатовича
(Ф.И.О. полностью)
Группа ИЭТТП-580з

1.Тема работы Разработка маркетинговой программы повышения конкурентоспособности (на примере потребительского общества «Ик»

утверждена приказом по университету от «15» апреля 2016 г. № 661

Срок сдачи студентом законченной работы «14» июня 2016 г.

2. Исходные данные к работе Результаты производственной практики, информация с сайта предприятия, научная литература, специализированные периодические издания.

3. Перечень вопросов, подлежащих разработке Анализ экономических показателей потребительского общества «Ик», результаты опроса покупателей магазинов предприятия «Ик», анализ ассортимента торговых точек организации, разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности, анализ конкурентной среды, расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий.

4. Перечень приложений, схем, плакатов Организационная структура ПО «Ик», основные финансовые показатели предприятия, сравнение экономических показателей конкурентов, структура покупателей ПО «Ик», анализ розничного товарооборота и товарных запасов, SWOT-анализ ПО «Ик».

5. Календарный график:

Этапы работы	Характер работы	Руководитель (Ф.И.О., уч. степень, звание, должность)	Срок выполнения	Подпись руководителя, дата	
				Задание выдал	Задание принял
1	Выбор и уточнение темы	канд. пс. н., доцент Мошкина Л.Д.	05.12.15		
2	Составление развёрнутого плана	канд. пс. н., доцент Мошкина Л.Д.	10.12.15		
3	Предоставление методологического раздела	канд. пс. н., доцент Мошкина Л.Д.	07.04.2016		
4	Предоставление проектно-аналитического раздела	канд. пс. н., доцент Мошкина Л.Д.	10.05.2016		
5	Предоставление экономического раздела	канд. пс. н., доцент Мошкина Л.Д.	15.05.2016		
6	Предоставление первого варианта	канд. пс. н., доцент Мошкина Л.Д.	30.05.2016		
7	Предоставление окончательного варианта	канд. пс. н., доцент Мошкина Л.Д.	07.06.2015		

Руководитель _____ / Мошкина Л.Д. /
(подпись руководителя) (И.О. Ф.)
«05» декабря 2015г.

Задание принял к исполнению _____ / Рахипов Р.Р. /
(подпись студента) (И.О. Ф.)
«05» декабря 2015г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 5
1. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И ФОРМИРУЮЩИЕ ЕЕ ФАКТОРЫ 6
1. 1.2 Методики оценки конкурентоспособности 8
1 Понятие и сущность конкурентоспособности 6
2. Анализ рынка продовольственных и непродовольственных товаров (в России, Башкирии) 15-20 стр.
Вывод по второй главе
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПО «ИК» БЕЛОКАТАЙСКОГО РАЙОНА 17
2.1 Организационная характеристика ПО «ИК» Белокатайского района 17
2.2 Анализ экономических показателей деятельности ПО «ИК» Белокатайского района 21
2.3 Анализ хозяйственной деятельности ПО «ИК» Белокатайского района .. 22
Анализ конкурентов
3. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПО «ИК» БЕЛОКАТАЙСКОГО РАЙОНА 26
3.1. Анализ розничного товарооборота и товарных запасов 26
3.2. Мероприятия по повышению конкурентоспособности ПО «ИК» Белокатайского района
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 58
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 65
ПРИЛОЖЕНИЯ……..…….69

ВВЕДЕНИЕ

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с объектами, представленными на рынке.

Конкурентоспособность объекта определяется по отношению к конкурентной группе потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка. Если не указан рынок, на котором конкурентоспособен объект, это означает, что данный объект в конкретное время является лучшим мировым образцом. В условиях рыночных отношений конкурентоспособность характеризует степень развития общества. Чем выше конкурентоспособность страны, тем выше жизненный уровень в этой стране.

Оценка конкурентоспособности торгового предприятия представляет собой очень сложную, но вместе с тем и очень важную задачу.

Вышеуказанным обусловлена актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности ПО «ИК» Белокатайского района.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

– изучить теоретические основы конкурентоспособности;

– проанализировать экономические показатели деятельности ПО «ИК» Белокатайского района;

разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности ПО «ИК» Белокатайского района.

Предмет исследования – конкурентоспособность кооперативных организаций.

Объект исследования – ПО «ИК» Белокатайского района.

1 КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И ФОРМИРУЮЩИЕ ЕЕ ФАКТОРЫ

1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности

«Конкуренция» в переводе с латыни означает столкновение в результате каких-либо действий. Ее определяют как экономическое соперничество, состязание в борьбе за потребителя. Конкуренция - это форма взаимного соперничества хозяйствующих субъектов рынка. Предметом конкуренции являются товары (услуги), а объектом – потребители и покупатели. Отношение конкурентов друг к другу характеризует двойственность: это и постоянное соперничество на рынках сбыта, и необходимость конкуренции как основы развития экономики и демократии общества в целом. Двойственная сущность конкуренции находит свое проявление в важнейшей характеристике – конкурентоспособности.

Проблемам конкурентоспособности посвящены труды классиков экономической теории, монографические работы и статьи современных отечественных и зарубежных исследователей: Г.Л. Азоева, С. Брю, Е.А. Горбашко, Дж. К. Гэлбрейта, Д. Джурана, А.И.Кунаева, О.Г.Макаренко, К. Макконнелла, М. Портера, А.Н. Романова, Дж. Робинсон, Р.В. Савкиной, П. Самуэльсона, Р.А. Фатхутдинова, Ф. Хайека, Э. Чемберлина.

Существуют разнообразные подходы к оценке конкурентоспособности. Они содержатся в многочисленных характеристиках фирм и стран, а также в рекомендациях по повышению конкурентоспособности путем планирования деятельности компании, либо проведения определенной политики правительства. По мнению М. Портера, они отличаются «таким же разнообразием и непоследовательностью, как выраженные и невыраженные подходы к пониманию конкурентоспособности, на которых они основывались» [26]. Это еще раз подтверждает сложность и неоднозначность проблемы конкурентоспособности, находящейся в центре внимания

правительства и промышленных кругов любой страны, как испытывающей определенные экономические трудности, так и процветающей в настоящее время. Очевидно, было бы неверно искать ответ на данный вопрос либо на уровне субъекта хозяйствования, либо на уровне страны в целом.

По мнению М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури, конкурентоспособность позволяет фирме привлекать и сохранять потребителей.[21. с. 118].

И. Липсиц дает определение конкурентоспособности как «возможность выиграть соревнование на рынке с товарами, изготовленными другими фирмами, за счет более полного соответствия требованиям или денежным возможностям покупателей».[19, с. 63].

Р. Фатхутдинов определил конкурентоспособность «как способность некоторого класса объектов (товар, предприятие, страна) занимать некоторую рыночную нишу или в значительной степени перекрывающие ниши».[35, с. 17].

М. Портер подробно анализирует различные подходы к объяснению причин конкурентоспособности отдельных фирм и национальной экономики страны в целом.[26, с. 34]. Он приходит к выводу, что конкурентное преимущество фирмы как на внутреннем, так и на мировом рынке, во многом зависит от факторов, сформировавшихся в стране.

Как показал проведенный анализ литературных источников, не существует общепризнанного понятия конкурентоспособности.

По мнению М.В. Сероштан конкурентоспособность включает совокупность факторов, с одной стороны, самого субъекта хозяйствования, определяемых уровнем использования его научно-технического, производственного, кадрового потенциала, деятельность маркетинговых служб, реализуемую в процессе воспроизводства, с другой – внешних по отношению к нему социально-экономических и организационных факторов (законодательные основы деятельности; финансово-кредитная и налоговая политика; характер влияния общественных организаций и политических

партий), позволяющих субъекту хозяйствования производить продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна для потребителей, чем у конкурентов.[30, с. 64].

Оценка конкурентоспособности предприятий важна в связи с тем, что:

Во-первых, конкурентоспособность фокусирует все показатели деятельности всего персонала предприятия.

Во-вторых, в большинстве предприятий техническая, экономическая, кадровая, социальная политика не ориентированы на обеспечение конкурентоспособности.

Методики оценки конкурентоспособности товара довольно широко известны и при необходимости применяются без особых затруднений. Однако до настоящего времени не существует разработанной методики оценки уровня конкурентоспособности предприятия, позволяющей четко и оперативно определять конкурентные позиции одного предприятия на товарном рынке по сравнению с другими. Мнения ученых в отношении терминологии конкурентоспособности весьма расходятся, поэтому до настоящего времени не существует даже общепризнанного понятия «конкурентоспособность предприятия». Отсутствует приемлемый набор показателей, который может быть положен в основу методики определения конкурентоспособности предприятия.

1.2 Методики оценки конкурентоспособности

Методики оценки конкурентоспособности товара довольно широко известны и при необходимости применяются без особых затруднений. Однако до настоящего времени не существует разработанной методики оценки уровня конкурентоспособности предприятия, позволяющей четко и оперативно определять конкурентные позиции одного предприятия на товарном рынке по сравнению с другими. Мнения ученых в отношении терминологии конкурентоспособности весьма расходятся, поэтому до

настоящего времени не существует даже общепризнанного понятия "конкурентоспособность предприятия". Отсутствует приемлемый набор показателей, который может быть положен в основу методики определения конкурентоспособности предприятия.

Наиболее известные методики оценки конкурентоспособности:

Матричный метод (разработан «Бостонской консалтинговой группой»).

В основе методики – анализ конкурентоспособности с учетом ЖЦ товара/услуги. Сущность оценки состоит в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по горизонтали-темпы роста/сокращения количества продаж в линейном масштабе; по вертикали - относительная доля товара/услуги на рынке. Наиболее конкурентоспособными считаются предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке.

Преимущества метода: при наличии достоверной информации об объёмах реализации метод позволяет обеспечить высокую репрезентативность оценки.

Недостатки метода: исключает проведение анализа причин происходящего и осложняет выработку управленческих решений.

Метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия.

Этот метод базируется на рассуждении о том, что конкурентоспособность производителя тем выше, чеи выше конкурентоспособность его продукции. В качестве показателя, оценивающего конкурентоспособность товара/услуги используют соотношение двух характеристик: цены и качества. Наиболее конкурентоспособен товар , имеющий оптимальное соотношение этих характеристик:

$К_Т$=К/Ц

где: К – показатель качества товара;

Ц- показатель цены товара;

$К_т$ – показатель конкурентоспособности товара.

Чем выше разница между потребительской ценностью товара для покупателя и ценой. которую он за него платит, тем выше запас конкурентоспособности товара доля потребителя.

Преимущество метода: он учитывает наиболее важный критерий, влияющий на конкурентоспособность предприятия – конкурентоспособность товара.

Недостатки метода: позволяет получить весьма ограниченное представление о преимуществах и недостатках в работе предприятия, так как конкурентоспособность предприятия принимает вид конкурентоспособности товара и не затрагивает другие аспекты.

Метод, основанный на теории эффективной конкуренции.

Согласно этой теории наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой из служб оказывает влияние множество факторов – ресурсов фирмы. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов. В основе метода лежит оценка четырёх групповых показателей или критериев конкурентоспособности[30, с. 124].

В первую группу входят показатели, характеризующие эффективность управления производственным процессом: экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии изготовления товара, организацию труда на производстве.

Во вторую группу объединены показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами: независимость предприятия от внешних источников финансирования, способность предприятия расплачиваться по своим долгам, возможность стабильного развития предприятия в будущем.

В третью группу включены показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товара на рынке средствами рекламы и стимулирования.

И в четвёртую группу – показатели конкурентоспособности товара: качество товара и его цена.

В связи с тем, что каждый из этих показателей имеет разную степень важности для расчета коэффициента конкурентоспособности предприятия ($К_{КП}$), экспертным путём были разработаны коэффициенты весомости критериев.

Расчет критериев и коэффициента конкурентоспособности предприятия производится по формуле средней взвешенной арифметической [16]:

$$К_{КП}=0,15\ Э_П + 0,29\ Ф_П + 0,23\ Э_С + 0,33\ К_Т \qquad (1)$$

где: $К_{КП}$ – коэфициент конкурентоспособности предприятия;

$Э_П$ – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

$Ф_П$ – значение критерия финансового положения предприятия;

$Э_С$ – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

$К_Т$ - значение критерия конкурентоспособности товара;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 - коэффициенты весомости критериев.

$$Э_П = 0,31И + 0,19Ф + 0,40Р_Т + 0,10П \qquad (2)$$

где: $Э_П$ – критерий эффективности производственной деятельности предприятия;

И – относительный показатель издержек производства на единицу продукции;

Ф – относительный показатель фондоотдачи;

$Р_Т$ – относительный показатель рентабельности товара;

П – относительный показатель производительности труда;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коэффициенты весомости показателей.

$Ф_П = 0,29\ К_А + 0,20\ К_П\ 0,36\ К_Л + 0,15\ К_О$

где: $Ф_П$ – критерий финансового положения предприятия ;

$К_А$ – относительный показатель автономии предприятия;

$К_П$ – относительный показатель платежеспособности предприятия;

$К_Л$ – относительный показатель ликвидности предприятия;

$К_О$ – относительный показатель оборачиваемости оборотных средств;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коэффициенты весомости показателей.

$Э_С = 0,37Р_П + 0,29К_З + 0,21К_М + 0,14К_Р$ (3)

где: $Э_С$ – критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара;

$Р_П$ – относительный показатель рентабельности продаж;

$К_З$ – относительный показатель затоваренности готовой продукцией;

$К_М$ – относительный показатель загрузки производственных мощностей;

$К_Р$ – относительный показатель эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта;

0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – коэффициенты весомости показателей.

Расчёт критерия конкурентоспособности товара проводится по формуле, представленной в первом методе.

В общем виде алгоритм расчета коэффициента конкурентоспособности промышленного предприятия предусматривает три последовательных этапа:

Этап 1-й. Расчет единичных показателей конкурентоспособности предприятия 1.1-4.2 (табл.) и перевод показателей 1.1-3.4 в относительные величины (баллы).

Для перевода показателей 1.1-3.4 в относительные величины производится их сравнение с базовыми показателями. В качестве базовых показателей (базы для сравнения) могут выступать:

среднеотраслевые показатели;

показатели любого конкурирующего предприятия или предприятия-лидера на рынке;

показатели оцениваемого предприятия за прошлые отрезки времени.

В целях перевода показателей в относительные величины используется 15-ти балловая шкала. При этом 5-ю баллами оценивается показатель, имеющий значение хуже, чем базовый; 10-ю баллами – на уровне базового; 15-ю баллами - лучше, чем базовый.

Этап 2-й. Расчёт критериев конкурентоспособности предприятия по представленным выше формулам.

Этап 3-й. Расчет коэффициента конкурентоспособности предприятия ($К_{КП}$).

Данная оценка конкурентоспособности предприятия охватывает все наиболее важные оценки хозяйственной деятельности промышленного предприятия, исключает дублирование отдельных показателей, позволяет быстро и объективно получить картину положения предприятия на отраслевом рынке. Использование в ходе оценки сравнения показателей за разные промежутки времени дает возможность применять этот метод как вариант оперативного контроля отдельных служб.

Оценка конкурентоспособности предприятия относительно конкурентов

Оценка конкурентоспособности предприятия по отношению к конкуренту в различных сферах деятельности проводится по следующим параметрам:

Таблица 2 – Оценка конкурентоспособности фирмы

Факторы (показатели) конкурентоспособности.	Ваша фирма	Конку-рент А	Конку-рент Б
I. Продукт 1. Качество 2. Технические характеристики 3. Право замены изделия 4. Стиль 5. Престиж торговой марки 6. Упаковка 7. Габариты 8. Уровень ремонтного обслуживания			
9. Гарантийный ремонт 10. Многовариантность в использовании			

11. Уникальность (отсутствие аналогов) 12. Универсальность 13. Надежность 14. Срок [патентной] защиты			
II. Цена 1. Прейскурантная цена 2. Скидка с цены (процент скидки) 3. Налоговая скидка (НДС и т. д.) 4. Срок платежа 5. Условия кредита 6. Условия финансирования в случае покупки			
III. Каналы сбыта. 1. Формы сбыта: 1) прямая доставка. 2) торговые представители. 3) предприятия - производители.			
4) оптовые посредники. 5) комиссионеры и маклеры. 6) дилеры. 2. Степень охвата рынка (доля фирмы на рынке). 3. Размещение складских площадей. 4. Система контроля запасов.			
5. Система транспортировки (выбор вида транспорта).			
IV. Продвижение товаров на рынке. 1. Реклама: 1) для потребителей. 2) для торговых посредников. 2. Индивидуальная продажа: 1) стимулы для потребителей. 2) демонстрационная торговля. 3) показ образцов изделий. 4) обучение и подготовка сбытового персонала.			
V. Продвижение товаров по каналам торговли. 1. Продажи на конкурентной основе. 2. Премии торговым посредникам. 3. Руководство по использованию. 4. Телемаркетинг (продажа при помощи телевидения). 5. Упоминание о товарах в средствах массовой информации. Общее количество баллов.			

(Пустых столбиков не должно быть, или перенесите в Приложение)

После оценки конкурентоспособности по перечисленным параметрам необходимо выяснить степень готовности фирмы к конкурентной борьбе.

Для систематизации ответов применяется вторая форма таблицы – контрольный лист для анализа силы и слабости Вашего предприятия в конкурентной борьбе.

Значения граф с римскими цифрами от I до V:

I. Лучше, чем кто-либо на рынке, явный лидер отрасли.

II. Выше среднего уровня, показатели хозяйственной деятельности достаточно хорошие и стабильные.

III. Средний уровень, полное соответствие отраслевым стандартам, прочное положение на рынке.

IV. Следует позаботиться об улучшении своих позиций на рынке, имеются основания для беспокойства, ухудшающиеся показатели хозяйственной деятельности.

V. Положение действительно тревожное, позиции на рынке должны быть улучшены самым решительным образом, кризисная ситуация.

Проводится также анализ экономической конкурентоспособности, для чего рассчитываются следующие показатели конкурентоспособности:

Для фирмы-производителя:

$К_1$ = Издержки производства / Прибыль (4)

$К_2$ = Издержки обращения / Прибыль (5)

$К_3$ = Маркетинговые затраты / Прибыль (6)

Для фирмы-посредника:

$К_1$ = Контрактная цена покупки / Прибыль (7)

$К_2$ = Издержки обращения / Прибыль (8)

$К_3$ = Маркетинговые затраты / Прибыль (9)

Все эти показатели – в расчете на единицу продукции. Рассчитываются показатели конкурентоспособности в зависимости от жизненного цикла товара на рынке (1) и от того, как сильна на рынке конкуренция (2). Обычно эти показатели рассчитывают раз в квартал.

Расчетные показатели фирмы сопоставляются с показателями основных конкурентов.

Поскольку цена является суммой издержек производства, обращения, маркетинговых затрат и прибыли, то фактически это оценка конкурентоспособности предприятия по цене и ее структуре.

Если $К_1$ и $К_2$ больше параметрической нормы, а $К_3$ меньше параметрической нормы, то предприятие является неконкурентоспособным.

Если $К_1$ и $К_2$ фирмы равны или меньше, а $К_3$ больше или равен аналогичным показателям конкурентов, то фирма конкурентоспособна по цене.

Вывод по первой главе

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПО «ИК» БЕЛОКАТАЙСКОГО РАЙОНА

2.1 Организационная характеристика ПО «ИК» Белокатайского района

Белокатайское райпо образовалось в 1920 г., с 1931 г. Белокатайское райпо входит в состав Башпотребсоюза.

В 1973 г. преобразован в районное потребительское общество со следующей структурой: правление райпо, райзаготконтора, коопунивермаг, кооппродмаг, хлебокомбинат, объединение общественного питания, автогараж.

В 2001 г. Белокатайское райпо переименовано в Потребительское общество «ИК» Белокатайского района.

В данный момент в системе трудятся около 250 человек.

Торговлю осуществляют 55 торговых точек. Количество пайщиков более тысячи человек.

ПО «ИК» Белокатайского района занимается:

- закупом и продажей товаров в розницу, мелкооптовым отпуском организациям, учреждениям, продовольственных и непродовольственных товаров,
- заготовками и реализацией сельхозпродукции и сырья,
- оказанием платных услуг населению:
- транспортные услуги (такси),
- ритуальные услуги,
- изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделии по заказам потребителей,
- организация и обслуживание семейных торжеств, обедов,
- прочие виды услуг.

В магазинах потребкооперации жители приобретают продукты питания (65%), хозяйственные, строительные материалы, мебель. Кроме

товаров первой необходимости имеется в ассортименте средства малой механизации сельхозработ, одежда, белье, кожаная и резиновая обувь, трикотажные изделия, ювелирные изделия, медицинские товары, ветпрепараты, товары культурно-бытового назначения, канцтовары, ритуальные принадлежности и другие (35%).

Для ПО «ИК» Белокатайского района существуют ужесточенные конкурентные рамки. В районе открыт большой крытый рынок, который работает ежедневно. Действуют 235 стационарных торговых точек частных предпринимателей.

Район чисто сельскохозяйственный, поэтому основными потребителями являются жители сел и деревень с низким уровнем заработной платы, поэтому покупательные фонды ограничены.

Преимущества потребобщества перед конкурентами:

1. Продажа товаров дошкольным и школьным детским учреждениями.
2. Широкая разветвленность магазинов.
3. Доверие покупателей товару, реализуемому потребительской кооперации, который имеет документы по качеству и завозится в основном от местных поставщиков.
4. Привлечение покупателей в качестве сдатчиков сельхозпродукции в обмен на товары и деньги.
5. Возможность пользоваться заемными средствами пайщиков.

Основной проблемой остается недостаток оборотных средств.

Организационная структура представленная на рис. 1, включает все отделы и службы ПО «ИК» Белокатайского района..

Вышестоящим органом потребительского общества является собрание уполномоченных пайщиков.

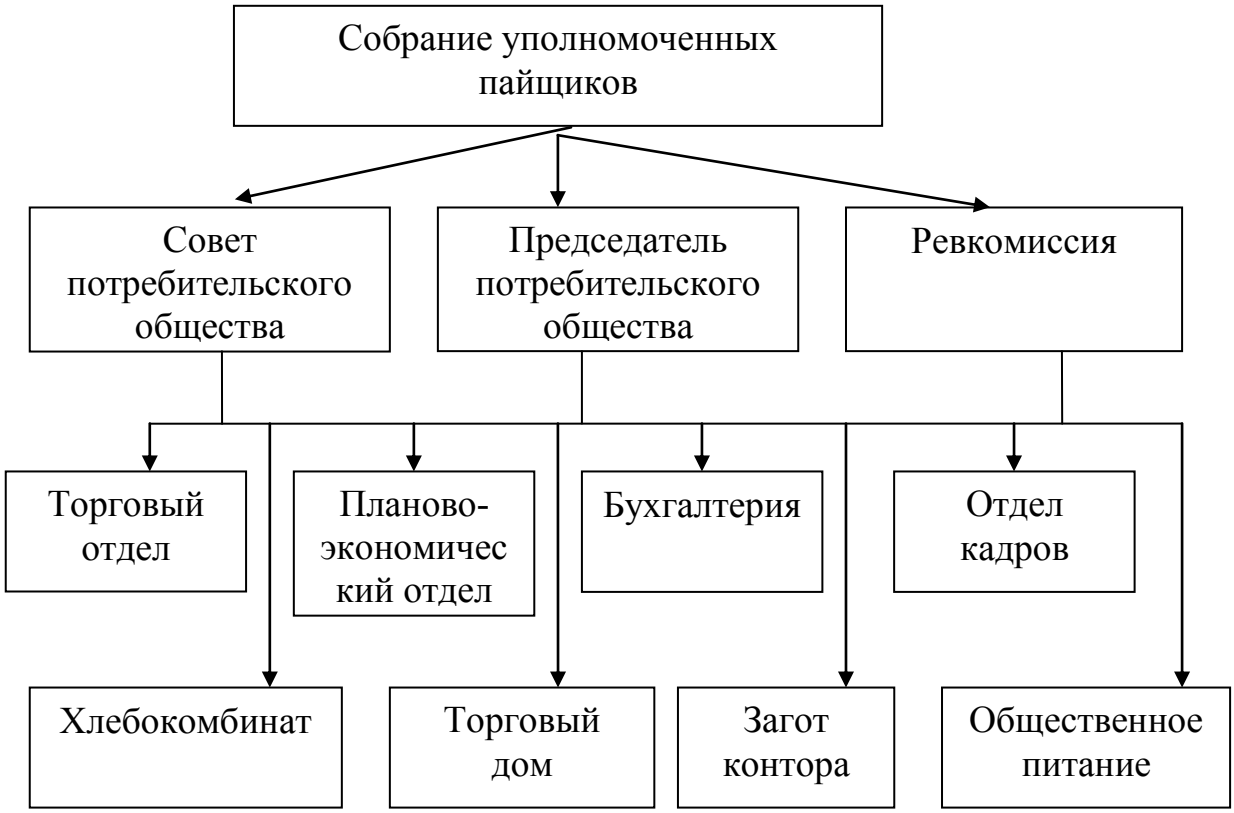

Рисунок 1 – Организационная структура ПО «ИК» Белокатайского района

Собрание избирает Совет ПО и председателя совета. Совет ПО является органом управления. Совет и председатель подотчетны только собранию уполномоченных пайщиков. На собрании избирается ревизионная комиссия, которая должна отчитывается перед пайщиками.

В целях разграничения ответственности и недопущения дублирования и путаницы в работе разрабатываются положения о задачах и содержании работы структурных подразделений и должностные инструкции для различных категории исполнителей. Совет назначает главного бухгалтера ПО, который подчиняется непосредственно председателю совета. Совет образует правление – исполнительный орган потребительского общества, назначает председателя правления, заместителей председателя правления по отраслям деятельности.

Бухгалтерия руководит постановкой бухгалтерского учета в торговых предприятиях торга, ведет сводный учет и отчетность по торгу в целом,

производит документальные ревизии и инвентаризации ценностей в предприятиях торга, составляет финансовые и кредитные планы по торгу, осуществляет взаимоотношения с Госбанком по вопросам финансирования и кредитования торга и с финансовыми органами по бюджетным вопросам и осуществляет контроль за соблюдением финансово-сметной и штатной дисциплины.

Торговый отдел выполняет торгово-оперативные функции и является основными структурным подразделением торга. Торговый отдел обеспечивает торговые предприятия торга товарами для полного удовлетворения спроса покупателей и выполнения плана товарооборота. Подготавливает заключаемые торгом договоры с промышленностью и оптовыми базами на поставку товаров и обеспечивает их выполнение. Руководит торговыми предприятиями по вопросам выполнения плана товарооборота, изучения спроса населения, состояния товарных запасов, качества товаров, по вопросам процесса продажи товаров.

Планово-экономический отдел подчиняется председателю совета. Плановые отделы торгов на основе изучения экономики обслуживаемого торгом района разрабатывает планы розничного товарооборота, издержек обращения и реализованного налогообложения, численности торгового персонала и фонда зарплаты, товарных остатков и других показателей хозяйственной деятельности по торгу в целом и по отдельным предприятиям и контролируют выполнение этих планов. Анализируют результаты деятельности предприятий за кварталы и за год, а также участвуют в составлении плана товарного обеспечения торговых предприятий торга.

Отдел кадров осуществляет в организации работу по подбору и расстановке кадров всех уровней исключительно совместно с председателем совета, ведет их учет, оформляют прием и увольнение.

2.2 Анализ экономических показателей деятельности ПО «ИК» Белокатайского района

Потребительское общество «Ик» ставит своей основной задачей развитие и совершенствование кооперативной торговли, удовлетворение потребностей членов кооператива и населения в товарах народного потребления, хозяйственного назначения, сельхозпродуктами и сырьем, развитие общественного питания, хлебопечения и других видов обслуживания бытовых нужд населения района продуктами питания, товарами первой необходимости.

Анализ данных таблицы 1 позволил сделать следующие выводы: наблюдается рост по всем финансовым показателям, кроме складского товарооборота.

Таблица 1 – Основные финансовые показатели, тыс.руб.

Показатели	в действующих ценах			в сопоставимых ценах	
	2014 год	2015 год	2015 г. в % к 2014 г.	2015 год	2015 г. в % к 2014 г.
Выручка от продажи товаров, работ и услуг	468475	525174	112,1	556684,44	118,8
Товарооборот торговой сети – всего	362071	418085	115,5	443170,1	122,4
в т.ч. розничный	359456	418085	116,3	443170,1	123,3
оптовый	2615				
Товарооборот предприятий общепита – всего	35850	41820	116,7	44329,2	123,7
в т.ч. розничный	35850	41820	116,7	44329,2	123,7
оптовый					
Заготовительный товарооборот	62101	68367	110,1	72469,02	116,7
в т.ч. складской оборот	4686	2629	56,1	2786,74	59,5
Товарная продукция в оптовых ценах	46026	52606	114,3	55762,36	121,2
в т.ч. хлебопечение	26424	32538	123,1	34490,28	130,5

Рост выручки от продажи товаров, работ и услуг составил 56 699 тыс.руб. или 112%.

Рост товарооборота в действующих ценах составил:

– торговой сети 56 014 тыс.руб. или 115%;
– предприятий общественного питания 5 970 тыс.руб. или 116,7%;
– заготовительный 6 266 тыс.руб. или 110%.

2.3 Анализ хозяйственной деятельности ПО «ИК» Белокатайского района

Рост товарооборота в сопоставимых ценах составил:

– торговой сети 81 099 тыс.руб. или 122%;
– предприятий общественного питания 8 479,2 тыс.руб. или 123,3%;
– заготовительный 10 368 тыс.руб. или 116,7%.

Графически данные представлены на рис. 2.

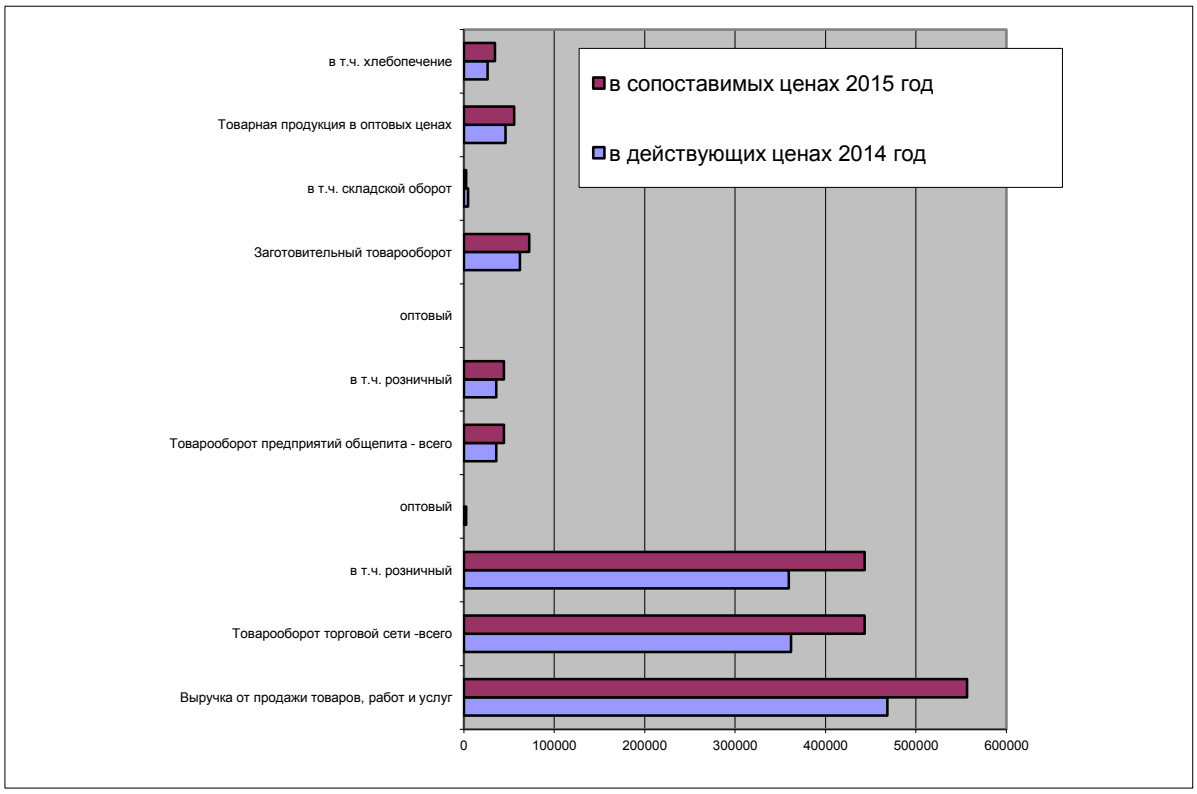

Рисунок 2 – Основные показатели в сопоставимых ценах, тыс.руб.

В таблице 2 представлены показатели задолженности.

Анализ данных таблицы 2 позволил сделать следующие выводы: наблюдается снижение в целом дебиторской и кредиторской задолженности, однако наблюдается рост кредиторской задолженности поставщикам и подрядчикам, а также персоналу организации.

Таблица 2 – Показатели кредиторской и дебиторской задолженности

Показатели	На 01.01.14 г.	На 01.01.15 г.	абс.откл., тыс.руб.	Отн.откл, %
Дебиторская задолженность-всего	899	872	-27,0	97,0
Дебиторская задолженность в днях к выручке, дни	3	2	-1,0	-
Кредиторская задолженность – всего	8870	8760	-110,0	98,8
В т.ч. поставщикам и подрядчикам	7133	7253	120,0	101,7
Бюджету и внебюджетным фондам	809	435	-374,0	53,8
Из нее просроченная	280	0	-280,0	-
Персоналу организации	862	1072	210,0	124,4
Кредиторская задолженность в днях к выручке, дни	27	23	-4,0	85,2

Снижение дебиторской задолженности в анализируемом периоде составило 27 тыс.руб. или 3%, снижение кредиторской задолженности составило 110 тыс.руб. или 1,2%, снижение кредиторской задолженности бюджету и внебюджетным фондам составило 374 тыс.руб. или 46,2%. Рост кредиторской задолженности поставщикам и подрядчикам составил 120 тыс.руб. или 1,7% и персоналу организации 210 тыс.руб. или 24,4%.

Данные таблицы 3 позволяют сделать выводы, что наблюдается рост практически по всем показателям хозяйственной деятельности:

1. В 2015 г. по отношению к 2014 г.:

- совокупного объема деятельности 71 930 тыс.руб. или на 106,9%;
- розничного товарооборота 47 209 тыс.руб. или на 105,9%;
- оборота общественного питания 5 970 тыс.руб. или на 112,3%;
- выработки собственной продукции 4 372 тыс. руб. или на 111,5%;
- заготовительного оборота 3 250 тыс.руб. или на 105,2%.

Таблица 3 – Показатели хозяйственной деятельности ПО «ИК» Белокатайского района за 2011-2015 гг.

Показатели	Ед. изд.	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	темп роста,%	
							2015 г. к 2014 г	2015 г. к 2011 г
Совокупный объем деятельности	т.руб.	280107	324655	434172	507583	579513	106,9	159,0
Розничный товарооборот	т.руб.	187000	247790	299530	359456	406665	105,9	167,1
Оборот общественного питания	т.руб.	23072	25327	30315	35850	41820	112,3	115,6
Выработка собственной продукции	т.руб.	18000	19760	24405	27628	32000	111,5	114,2
Потребительские товары	т.руб.	28872	0	41371	46026	52607	103,3	118,6
Хлеб и хлебобул. изделия	тонн	830	0	893	920	949	103,2	114,3
Полуфабрикаты	тонн	18	0	16	18	20	113,4	115,3
Кондитер. изделия	тонн	62	0	81	90	94	104,3	152,5
Колбас. изделия	тонн	15,7	18,7	19,3	20,3	21,0	103,4	133,8
Безалкогольные напитки	дал	14530	18750	16730	17905	18900	105,6	130,1
Соление рыбы	тонн	13	14	16	20	23	115,0	176,9
Консервы	тонн	49	0	53	46	46		93,1
Заготовит.оборот	т.руб.	34512	42193	61179	62101	65351	105,2	189,4
Шерсть	ц.	80	85	92	105	115	109,5	143,8
Крупное кожсырье	шт.	2600	2904	2904	2950	3150	106,8	121,2
Мелкое кожсырье	шт.	1400	1930	2040	1336	1719	128,7	122,8
Тряпье	ц.	250	300	330	365	325	89,0	130,0
Макулатура	ц.	650	700	786	850	930	109,4	143,1
Лекарственное сырье	кг	7230	7400	6330	7400	7543	101,9	104,3
Мясо	ц.	1300	1500	1507	1520	1626	107,0	125,1
Молоко	ц.	6500	6035	6080	5900	5572	94,4	85,7
Яйцо	тыс.шт	270	330	410	415	460	110,8	170,4
Мед	ц.	15	6	2	4	2	50,0	13,3
Зернопродукты	ц.	9600	14800	15030	18000	17760	98,7	185,0
Картофель	ц.	1155	1125	847	920	802	87,2	69,4
Овощи	ц.	886	941	1030	1100	1200	109,1	135,4
Плоды, ягоды культурные	ц.	630	725	755	780	860	110,3	136,5

2. В 2015 г. по отношению к 2011 г.:

- совокупного объема деятельности 299 406 тыс.руб. или на 159%;
- розничного товарооборота 219 665 тыс.руб. или на 167,1%;
- оборота общественного питания 18 748 тыс.руб. или на 115,6%;
- выработки собственной продукции 14 000 тыс. руб. или на 114,2%;
- заготовительного оборота 30 839 тыс.руб. или на 189,4%.

Наибольший рост в 2015 г. по отношению к 2014 г. наблюдается по солению рыбы на 176,9% и по заготовке мелкого кожсырья на 128%.

Наибольшее снижение в 2015 г. по отношению к 2014 г. наблюдается по заготовке меда на 50%.

Наибольший рост в 2015 г. по отношению к 2011 г. наблюдается по солению рыбы на 115% и по заготовке зернопродуктов на 185%.

Наибольшее снижение в 2015 г. по отношению к 2011 г. наблюдается по заготовке меда на 87%.

Таблица 4

3 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПО «ИК» БЕЛОКАТАЙСКОГО
3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ **ПО «ИК» БЕЛОКАТАЙСКОГО РАЙОНА**

3.1. Анализ розничного товарооборота и товарных запасов

Анализ розничного товарооборота проведен по данным представленным в таблице 4.

Таблица 4 – Розничный товарооборот за 2014-2015 гг.

магазины	Рознич. т/об за соотв. период прошл. года	Рознич. т/об за 12 месяцев 2015г			Темп роста в действ. ценах	Индекс цен	Рознич т/об в сопост. ценах	Темп роста в сопост. ценах
		план	факт	% вып. плана				
Гастроном	85665	94000	95581,3	101,7	111,6	108,5	88093,4	102,8
Хлеб	8305,4	10990	11051,4	100,6	133,1	106,7	10357,5	124,7
Маяк	26536,7	28000	28887,8	103,2	108,9	108,5	26624,7	100,3
Продукты1	1528	2520	2710,5	107,6	177,4	108,5	2498,2	163,5
ТПС при МСО	8233,4	9800	9840,5	100,4	119,5	108,5	9069,6	110,2
Прод-4	13602,4	15285	16418,8	107,4	120,7	108,5	15132,5	111,2
мясная лавка	8104,5	8300	8342,2	100,5	102,9	108,5	7688,7	94,9
рынок	1594,3		395,1		24,8	108,5	364,1	22,8
Казанчи	4373,5	5715	5179,6	90,6	118,4	108,5	4773,8	109,2
Костеево	2217,5	3420	2287,7	66,9	103,2	108,5	2108,5	95,1
отд.продукты	3133		457,2		14,6	108,5	421,4	13,4
горячий хлеб	2466,3	2600	2700,6	103,9	109,5	106,7	2531,0	102,6
И Т О Г О	**165760**	**180630**	**183852,7**	**101,8**	**110,9**	**106,8**	**172146,7**	**103,9**
отд. Обувь	9809,2	11000	10078,4	91,6	102,7	103,8	9709,4	99,0
отд. Ювелир.	5987,5	6600	6618,9	100,3	110,5	103,8	6376,6	106,5
книги	969,9	2100	2466,5	117,5	254,3	103,8	2376,2	245,0
хоз.товары	4387,9	4300	4331,9	100,7	98,7	103,8	4173,3	95,1
Мебель	5501	6215	5497	88,4	99,9	103,8	5295,8	96,3
ИТОГО	**37867,9**	**41415**	**39464**	**95,3**	**104,2**	**103,8**	**38019,1**	**100,4**
Склад	108,3			0,0	0,0	108,5	0,0	0,0
Общепит	35850	41000	41820	102,0	116,7	103,9	40250,2	112,3
ИТОГО	**35958**	**41000**	**41820**	**102,0**	**116,3**	**103,9**	**40250,2**	**111,9**
В С Е Г О	**395306**	**446000**	**448485**	**100,6**	**113,5**	**108,5**	**413350,2**	**104,6**

Данный анализ показал, что наблюдается рост розничного товарооборота в действующих ценах как по всем магазинам в целом (на 113,5%), так и по продовольственным магазинам на 110,9%, по непродовольственным на 104,2%, общепиту на 116,7%. В разрезе продовольственных магазинов наибольший рост товарооборота в

действующих ценах наблюдается по магазину Продукты № 1 на 177,4%. Наблюдается также и снижение товарооборота в действующих ценах по рынку и отделу продукты на 75% и 85% соответственно. В разрезе непродовольственных магазинов наибольший рост товарооборота в действующих ценах наблюдается по магазину Книги на 254,3%. Наблюдается также и снижение товарооборота в действующих ценах по хозтоварам и мебели на 1,3% и 0,01% соответственно.

Данный анализ показал, что наблюдается рост розничного товарооборота в сопоставимых ценах как по всем магазинам в целом (на 104,6%), так и по продовольственным магазинам на 103,9%, по непродовольственным на 100,4%, общепиту на 112,3%. В разрезе продовольственных магазинов наибольший рост товарооборота в сопоставимых ценах, также как и в действующих, наблюдается по магазину Продукты № 1 на 163,5%. Наблюдается также и снижение товарооборота в действующих ценах по рынку и отделу продукты на 73,2% и 86,6% соответственно. Кроме этого, наблюдается снижение товарооборота в сопоставимых ценах при росте в действующих по мясной лавке на 5,1% и магазину в Костеево на 4,9%, т.е. рост товарооборота в этих торговых точках вызван повышением цен, а не повышением объема продаж. В разрезе непродовольственных магазинов наибольший рост товарооборота в сопоставимых ценах, как и в действующих, наблюдается по магазину Книги на 245,0%. Наблюдается также и снижение товарооборота в действующих ценах по хозтоварам и мебели на 4,9% и 3,7% соответственно.

Кроме этого, наблюдается снижение товарооборота в сопоставимых ценах при росте в действующих по отделу Обувь на 1%, т.е. рост товарооборота в этой торговой точке вызван повышением цен, а не повышением объема продаж.

Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости проведен по данным представленным в таблице 5.

Таблица 5 – Товарные запасы и товарооборачиваемость в 2014-2015 гг.

магазины	Товарные запасы						норматив т.з.		отклонение от норматива (+,-)		средние т.з.	Товарооборачи-ваемость	
	01.01.	01.04.	01.07.	01.10.	01.01.	в днях	сумма	дни	сумма	дни		2014	2015
Гастроном	4696,3	3390,8	3214	3479,7	5284,6	13	3916,7	15	-437,0	-2	3768,7	15	14
Хлеб	583,7	345,7	380,5	448,5	540,4	11	305,3	10	143,2	1	434,2	15	14
Маяк	1494,2	1075,6	1233	1264	1591	14	1166,7	15	97,3	-1	1278,8	16	16
Продукты1	206	133	133,3	154,9	180,6	19	140,0	20	14,9	-1	153,6	42	20
ТПС при МСО	506,3	448,3	635	694,7	725	16	544,4	20	150,3	-4	598,4	21	22
Прод-4	963,5	708,1	765	873,2	943,9	17	849,2	20	24,0	-3	825,0	19	18
мясная лавка	519,1	316,8	428,1	492,6	613,7	14	230,6	10	262,0	4	451,0	16	19
рынок	134,4	45,5	0	0	0		0,0	8	0,0	-8	28,2	23	26
Казанчи	631,8	546,8	676,9	711	669	34	444,5	28	266,5	6	646,3	35	45
Костеево	304,2	287,2	325,5	355,4	551	30	266,0	28	89,4	2	348,9	46	55
горячий хлеб	114,3	106,8	73,3	80,5	115,7	15	57,8	8	22,7	7	93,9	15	13
И Т О Г О	**10153,8**	**7404,6**	**7864,6**	**8554,5**	**11215**	**15**	**7526,3**	**15**	**1028,3**	**0**	**8627,0**	**18**	**17**
отд. Обувь	3999,5	3643,6	3690,4	4006,5	4615,4	119	2750,0	90	1256,5	29	3912,0	127	132
отд. Ювелир.	1701,5	1505,6	1626,7	1629,8	2096,6	82	1466,7	80	163,1	2	1665,3	113	89
книги		278,9	339,7	857,3	456,9	48	408,3	70	449,0	-22	426,1		56
Хоз.товары	530,1	530,7	677,6	744,4	827,8	44	836,1	70	-91,7	-26	657,9	33	46
Прод.унив	772,3	492,9	942,8	986,2	855,3	19	735,8	28	250,4	-9	808,9		39
Мебель	1223,3	1221,4	1318,3	1103,2	1199,4	71	1553,75	90	-450,6	-19	1213,6	69	60
И Т О Г О	**8226,7**	**7778,8**	**8595,5**	**9556,9**	**10453,6**	**68**	**7885,97**	**80**	**1670,9**	**-12**	**8817,8**	**76**	**63**
Склад	7456,7	3596,9	3517,5	4147,1	3958,2		0	2	4147,1	-2	4242,2		
Общепит	4960	4260	4170	3960	5630	**37**	2733,3	24	1226,7	13	4421,3	38	38
ИТОГО	**12416,7**	**7856,9**	**7687,5**	**8107,1**	**9588,2**	**69**	**2733,3**		**5373,8**		**8663,5**	**81**	**75**
В С Е Г О	**49082**	**40108**	**43978**	**46388**	**54143**	**32**	**18145,6**	**28**	**28242,4**	**4**	**45521,6**	**36**	**31**

Выявленные проблемы: Анализ товарных запасов показал, что наблюдается превышение товарных запасов по магазинам Хлеб, Мясная лавка, Горячий хлеб, в д.Казанчи, в д. Костеево, отделе Обувь, отделе Ювелирные изделия и в общепите. Наибольшее превышение товарных запасов наблюдается по магазину Горячий хлеб и отдела Обувь. Наибольшая недостаточность товарных запасов наблюдается по магазинам Книги и Хозтовары. Анализ динамики товарооборачиваемости в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается снижение показателя товарооборачиваемости по магазинам Гастроном, Хлеб, Продукты №1, Продукты №4, Горячий хлеб, отдел Ювелирных изделий, Мебель.

Анализ динамики товарооборачиваемости в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается увеличение показателя товарооборачиваемости по магазинам ТПС при МСО, Мясная лавка, Рынок, Казанчи, Костеево, отдела Обувь, Хозтовары.

Анализ товарооборачиваемости показал, что:

– наибольшие показатели по товарооборачиваемости наблюдаются в магазинах Казанчи, Костеево и отдела Обувь;

– наименьшие показатели товарооборачиваемости наблюдаются по магазинам Гастроном, Хлеб и Горячий хлеб.

В целом показатель товарных запасов превышает нормативный показатель на 4 дня. Товарооборачиваемость в целом снизилась с 36 дней в 2014 г. до 31 дня в 2015 г.

3.2. Анализ ассортимента

Анализ ассортимента товаров проведен на основании данных, представленных в таблицах 6, 7 и 8.

Таблица 6 – Темп роста товарооборота, товарных запасов и товарооборачиваемости по группам товаров

Наименование товара	Темп роста		Товарооборачиваемость	
	товарооборота	товарных запасов	2014 г.	2015 г.
Итого продовольственных товаров	113,3	103,6	26	26
Итого непродовольственных товаров	113,9	121,0	76	74
Всего товаров	113,5	110,3	36	36

В таблице 6 представлен ассортимент товаров в целом и по группе продовольственных и непродовольственных товаров. Анализ данных таблицы позволил сделать следующие выводы:

– темп роста товарооборота практически одинаков по продовольственным и непродовольственным товарам;

– товарные запасы выросли как по продовольственным и непродовольственным товарам, однако, темп роста товарных запасов непродовольственных товаров значительно выше темпа роста продовольственных товаров;

– товарооборачиваемость продовольственных товаров в целом не изменилась;

– товарооборачиваемость непродовольственных товаров снизилась на 2 дня.

Далее проведем анализ ассортимента продовольственных товаров.

Наибольший темп роста товарооборота наблюдается по товарам: макаронные изделия на 151,9%, вино на 147,5%, плоды на 130,6%, пиво на 128,5%, сыры на 128,4%.

Снижение товарооборота наблюдается по муке на 4,8%, соли на 6,6%, крупы и бобовых на 7,1%, картофеля на 50,2%, консервов мясных на 57%.

Снижение товарных запасов наблюдается по макаронным изделиям и чаю натуральному на 42,1%, крупе и бобовым на 44,8%, по яйцу на 59,0%.

Увеличение товарных запасов наблюдается по консервам мясным на 442,6%, шампанскому на 234,8%, консервам фруктовым на 140,8%, пиву на 131%, картофелю и кондитерским изделиям на 129%.

Таблица 7 – Темп роста товарооборота, товарных запасов и товарооборачиваемости по продовольственным товарам

Наименование товара	Темп роста		Товарообора-чиваемость	
	товарооборота	товарных запасов	2014 г.	2015 г.
Мясо и птица	101,3	140,8	14	17
Колбасные изделия и копчености всякие	117,0	95,5	10	10
Консервы мясные	43,0	112,5	53	121
Рыба и морепродукты пищевые	107,4	96,3	23	20
консервы фрук.	103,4	44,8	16	19
консервы овощные	105,1	234,8	33	29
консервы и пресервы рыбные	119,3	85,6	26	26
Масло животное	110,2	89,7	21	15
сыры	128,4	71,2	27	19
Масло растительное	109,7	129,1	40	36
Молоко и молочная продукция	107,0	95,4	4	5
яйцо	121,3	91,3	12	12
Сахар	121,1	59,0	51	33
Кондитерские изделия	101,8	86,9	20	17
Чай натуральный	118,9	102,6	60	49
Соль	93,4	71,1	33	36
Мука	95,2	79,0	35	30
Крупа и бобовые	92,9	71,6	49	46
Макаронные изделия	151,9	42,1	51	33
Маргариновая продукция	113,6	80,6	37	26
Хлеб и хлебобулочные изделия	111,9	102,8	1	1
Картофель	49,8	442,6	61	37
Овощи	101,4	126,9	17	22
Плоды	130,6	105,5	12	13
Водка и ликероводочные издел.	111,0	102,0	34	38
Вино	147,5	120,5	76	61
Коньяк	114,7	131,0	55	82
Шампанское	105,1	76,6	64	102
Табачные изделия и махорка	123,3	121,7	25	29
безалк напитки		87,5	17	12
Пиво	128,5	129,2	28	25
Прочие продовольственные товары	104,0	98,4	50	57
Итого продовольственных товаров	**113,3**	**103,6**	**26**	**26**

Анализ динамики товарооборачиваемости продовольственных товаров в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается:

– снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам картофель, сахара, макаронных изделий, вина, маргариновой продукции, чая натурального, сыров, масла животного, безалкогольных напитков, муки, масла растительного, пива, консервов овощных, крупы и бобовых, рыбы и морепродуктов, кондитерских изделий;

– наибольшее снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам картофель на 24 дня и сахара на 18 дней;

– повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам молоко и молочная продукция, плоды, мясо и птица, соль, консервы фруктовые, табачные изделия и махорка, водка и ликероводочные изделия, овощи, прочие продовольственные товары, коньяк, шампанское, консервы мясные;

– наибольшее повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам шампанское на 38 дней и консервов мясных на 68 дней.

Далее проведем анализ ассортимента непродовольственных товаров.

Наибольший темп роста товарооборота наблюдается по товарам: велосипеды и мотоциклы на 731%, холодильники бытовые на 248%, мыло туалетное на 241%, электропылесосы 162%.

Снижение товарооборота наблюдается по материалам строительным на 5,5%, обуви кожаной на 21,6%, ювелирных изделий на 33%, печатных изданий на 71,3%.

Снижение товарных запасов наблюдается по мылу туалетному на 64%, ткани на 44%, по чулочно-носочным изделиям на 33,5%.

Увеличение товарных запасов наблюдается по ювелирным изделиям на 212,5%, парфюмерно-косметическим изделиям на 170%, хозяйственным товарам на 147%, синтетическим моющим средствам на 146,1.

Анализ динамики товарооборачиваемости непродовольственных товаов в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается:

– снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам холодильники бытовые, велосипеды и мотоциклы, мыло туалетное, электропылесосы, мебель, мыло хозяйственное, прочие непродовольственные товары, швейные изделия, часы, обувь резиновая, бельевой трикотаж, чулочно-носочные изделия;

– наибольшее снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам холодильники бытовые на 137 дня и велосипеды и мотоциклы на 134 дней;

Таблица 8 – Темп роста товарооборота, товарных запасов и товарооборачиваемости по непродовольственным товарам

Наименование товара	Темп роста		Товарооборачиваемость	
	товарооборота	товарных запасов	2014 г.	2015 г.
Синтетические моющие средства	100,4	146,1	68	83
Часы	101,2	117,9	98	94
Велосипеды и мотоциклы	730,9	0,0	158	24
электропылесосы	161,8	84,2	65	47
холодильники бытовые	248,4	0,0	164	26
машины стиральные	114,6	93,1	30	43
морзильники бытовые	135,0	0,0	29	39
Мебель	113,4	112,1	68	53
ткани	102,6	56,1	67,5	104
бельевой трикотаж	109,4	85,7	107	105
верхний трикотаж	100,0	106,9	88	98
чулочно-носочные изделия	111,1	68,5	86	84
швейные изделия	128,6	111,4	210	200
обувь кожанная	78,4	96,4	136	199
обувь резиновая	123,3	82,6	111	108
мыло туалетное++	241,0	35,9	151	112
мыло хозяйственное	137,9	95,1	152	142
парфюмерно-косметические изделия	101,6	170,0	57	67
школьно-письменные принадлежности	101,0	125,1	69	88
Игрушки	104,8	114,0	112	130
Хозяйственные товары	100,8	147,0	59	78
материалы строительные	94,5	111,7	33	35
Ювелирные изделия	77,0	212,5	107	125
печатные издания	28,7	0,0	29	61
Прочие непродовольственные товары	135,7	133,6	61	52
Итого непродтоваров	**113,9**	**121,0**	**76**	**74**

– повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам материалы строительные, морозильникибытовые, парфюмерно-косметические изделия, верхний трикотаж, машины стиральные, синтетические моющие средства, ювелирные изделия, игрушки, хозяйственные товары, школьно-письменные принадлежности, печатные издания, ткани, обувь кожаная;

– наибольшее повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам ткани на 36 дней и обувь кожаная на 62 дня.

Далее проведен анализ по методикам ABC и XYZ по продовольственным и непродовольственным товарам.

Данные для анализа представлены в Приложении 4. Для дальнейшего анализа рассчитаем товарооборот по каждой группе товаров в сумме за 2 года. Суммарный товарооборот позволит в дальнейшем рассчитать долю каждой товарной группы в общем товарообороте. Для классификации товаров по значимости определим долю стоимости (в процентах) отпущенных товаров Далее следует провести ранжирование товарных групп по уменьшению доли стоимости товаров в общей стоимости. Следующим этапом следует рассчитать долю стоимости с нарастающим итогом. Данные представлены в Приложении 5.

На основе проведенного расчета осуществим разделение совокупности объектов управления на три группы: группа А, группа В, группа С. Табл.

Все товары, общая стоимость которых составляет 80%, включаются в группу А, товары общая стоимость которых ниже 70% (30% от всех позиций номенклатуры) включаются в группу В, оставшиеся товары (50% всей номенклатуры) включаются в группу С.

Таким образом, в группу А входит 15 наименований номенклатуры, доля стоимости каждого товара, реализованного со склада в общем стоимостном объеме составляет более 3,7%. Это в основном те товары, которые предпочитают большинство клиентов, а значит они приносят максимальную прибыль фирме. Поэтому на эти товары должна приходиться

большая часть денежных средств, вложенных в запасы. Размеры запасов по позициям, входящим в группу А должны постоянно контролироваться, точно определяться издержки, связанные с их закупкой, доставкой и хранением, а также момент и размер заказа.

В группу В входят 18 позиции номенклатуры, доля стоимости каждого реализованного товара в суммарной стоимости составляет от 1,28% до 2,74%. Данные товары, входящие в эту группу занимают среднее положение в формировании запасов и по сравнению с группой А требуют к себе меньшего внимания. По товарам данной группы должен осуществляться обычный систематический контроль и сбор информации о запасах, который должен позволить своевременно обнаружить основные изменения в использовании запасов.

В группу С входит 29 позиций номенклатуры, доля стоимости единицы реализованного товара в общем стоимостном объеме менее 1,22%. Данные товары относят к второстепенным, в пополнении их запасов вкладывается наименьшая часть всех финансовых средств, а расчеты размера и периода заказа могут не выполняться. Пополнение запасов по данной группе товаров регистрируется, но текущий учет уровня запасов не ведется.

В результате проведенного расчета методом АВС из 62 позиций номенклатуры было выделено 15 позиций группы А. Именно для этой группы резервы совершенствования системы управления запасами будут максимальными.

Наибольший эффект этот метод дает в сочетании с методом XYZ, который позволяет произвести классификацию той же номенклатуры запасов, но в зависимости от динамики их потребления.

Для анализа воспользуемся данными Приложения 4 и рассчитаем среднее значение по каждой группе товаров.

Далее рассчитаем коэффициенты вариации для каждой позиции ассортимента по формуле:

$$\upsilon = \frac{\sqrt{\frac{\Sigma (x_i - \bar{x})^2}{n}}}{\bar{x}} * 100\%, \qquad (1)$$

где x_i – i-е значение спроса по оцениваемой позиции;

$\bar{\chi}$ – среднее значение спроса по оцениваемой позиции за период n;

n - величина периода, за который произведена оценка.

Величина коэффициента вариации изменяется в пределах от ноля до бесконечности.

Следующим этапом следует провести группировку объектов управления в порядке возрастания коэффициента вариации. (Приложение 6). На основании проведенного расчета коэффициента вариации осуществим разделение совокупности объектов управления на три группы: группа X, группа Y и группа Z.

К категории X относят товары с коэффициентом вариации менее 10%. Таким образом, в группу X входят 36 наименования товарных групп, коэффициент вариации которых составляет от 0% до 9,6%.

Спрос на данные товары равномерен, либо подвержен незначительным колебаниям. Объем реализации этой группы товаров стабилен и хорошо предсказуем.

Категория Y - это товары, коэффициент вариации по которым изменяется в динамике от 10-25%. Так, к категории Y относится 14 наименований товаров, коэффициент вариации которых составляет от 10,4% до 23,6%:

Данная группа товаров потребляется в колеблющихся объемах, либо имеет сезонный характер спроса. Возможности прогнозирования по товарам группы Y - средние.

К категории Z относят товары спрос на которые возникает эпизодически.

Прогнозировать объемы реализации по данной группе товаров сложно.

На основе расчета коэффициента вариации товары к данной группе отнесены 7 групп товаров, с коэффициентом вариации от 26% до 75,9%.

Метод XYZ может быть использован в дополнении к классификации номенклатуры запасов методом ABC.

Наложение результатов метода XYZ – анализа на данные метода ABC позволяет разбить запасы на девять блоков, каждый из которых имеет две характеристики: стоимость запасов и точность прогнозирования потребности в них.

Таким образом, анализируемые товарные группы в сводной группировке имеют следующий вид:

К группе AX относится 10 позиций номенклатуры:

1. Водка и ликероводочные изделия.
2. Колбасные изделия и копчености всякие.
3. Кондитерские изделия.
4. Материалы строительные.
5. Мебель.
6. Молоко и молочная продукция .
7. Мясо и птица.
8. Овощи.
9. Прочие продовольственные товары.
10. Хлеб и хлебобулочные изделия.

К группе AY относится 3 позиции номенклатуры:

1. Пиво.
2. Плоды.
3. Прочие непродовольственные товары.
4. Табачные изделия и махорка.

К группе AZ относится 1 позиция номенклатуры - безалкогольные напитки,

К группе BX относится 12 позиций номенклатуры:

1. Верхний трикотаж.
2. Консервы и пресервы рыбные.
3. Консервы овощные.
4. Консервы фруктовые.
5. Крупа и бобовые.
6. Масло растительное .
7. Мука.
8. Парфюмерно-косметические изделия.
9. Рыба и морепродукты пищевые.
10. Сахар.
11. Хозяйственные товары.
12. Чай натуральный.

К группе BY относится 6 позиции номенклатуры:

1. Вино.
2. Макаронные изделия.
3. Обувь кожаная.
4. Сыры.
5. Швейные изделия.
6. Ювелирные изделия.

К группе BZ позиции номенклатуры не относятся, к группе CX относится 14 позиций номенклатуры:

1. Бельевой трикотаж.
2. Игрушки.
3. Коньяк.
4. Маргариновая продукция.
5. Масло животное .
6. Машины стиральные.
7. Синтетические моющие средства.
8. Соль.

9. Ткани.
10. Часы.
11. Чулочно-носочные изделия.
12. Шампанское.
13. Школьно-письменные принадлежности.
14. Яйцо.

К группе CY относится 6 позиций номенклатуры:

1. Ковры и ковровые изделия.
2. Морозильники бытовые.
3. Мыло хозяйственное.
4. Обувь резиновая.
5. Радиоприемные устройства.
6. Электропылесосы.

К группе CZ относится 9 позиций номенклатуры:

1. Велосипеды и мотоциклы.
2. Картофель.
3. Комбикорм.
4. Консервы мясные.
5. Мыло туалетное.
6. Отруби.
7. Печатные издания.
8. Фуражное зерно.
9. Холодильники бытовые.

Рекомендуется постоянно контролировать ассортимент товаров внесенных на основе анализа в группу AX, т.к. товары этих групп пользуются постоянным стабильным спросом.

Товарооборот продовольственных и непродовольственных товаров отнесенных к группе AX в сумме составляет за 2015 г., 238 млн. 596 тыс. руб., дефицит этих товаров может привести к упущенной выгоде, снижение товарооборота по данным товарам на 1% в сумме составит снижение

товарооборота на 2,4 млн. руб. Также, данная группировка товаров позволяет направить более пристальное внимание на указанные группы для выбора наиболее конкурентоспособных поставщиков, предлагающих товар более высокого качества, с улучшенными условиями поставок и возможностью дополнения и перезаключения договоров поставки.

Наиболее эффективное управление ассортиментом товаров занимающих в общем товарообороте наибольшие доли позволит экономить на управлении ассортиментом по группе непродовольственных товаров до 20%, а в общем по всем группам товаров расходы оставить неизменными, но улучшить эффективность закупочной работы и уделять наибольшее внимание и большие затраты на товары, занимающие наибольшую долю в товарообороте и пользующиеся стабильным спросом.

Рекомендации

3.3 Прогнозирование товарооборота

Для прогнозирования товарооборота на будущие периоды составлены линия тренда, уравнение тренда, величина достоверности аппроксимации.

Построение линии тренда на основе аппроксимации и сглаживания могут быть нескольких типов: линейная, логарифмическая, полиномиальная, степенная, экспоненциальная. При анализе выбирается линия тренда с более высокой величиной достоверности аппроксимации.

Для составления прогноза роста товарооборота в будущие периоды используется линейная линия тренда (рис.3) и в 2016 году общий товарооборот составит значение около 650 млн.руб. Розничный товарооборот составит значение около 470 млн.руб., заготовительный товарооборот составит около 80 млн. руб., оборот общественного питания составит около 50 млн.руб. и выработка собственной продукции около 40 млн. руб.

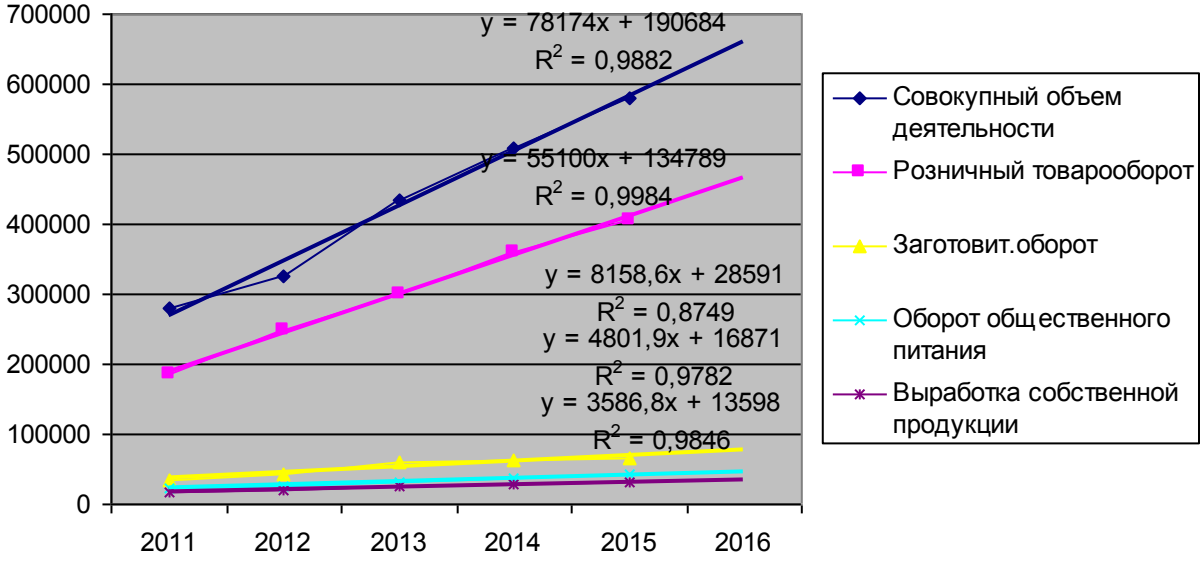

Рисунок 3 - Прогнозирование товарооборота линейной линией тренда

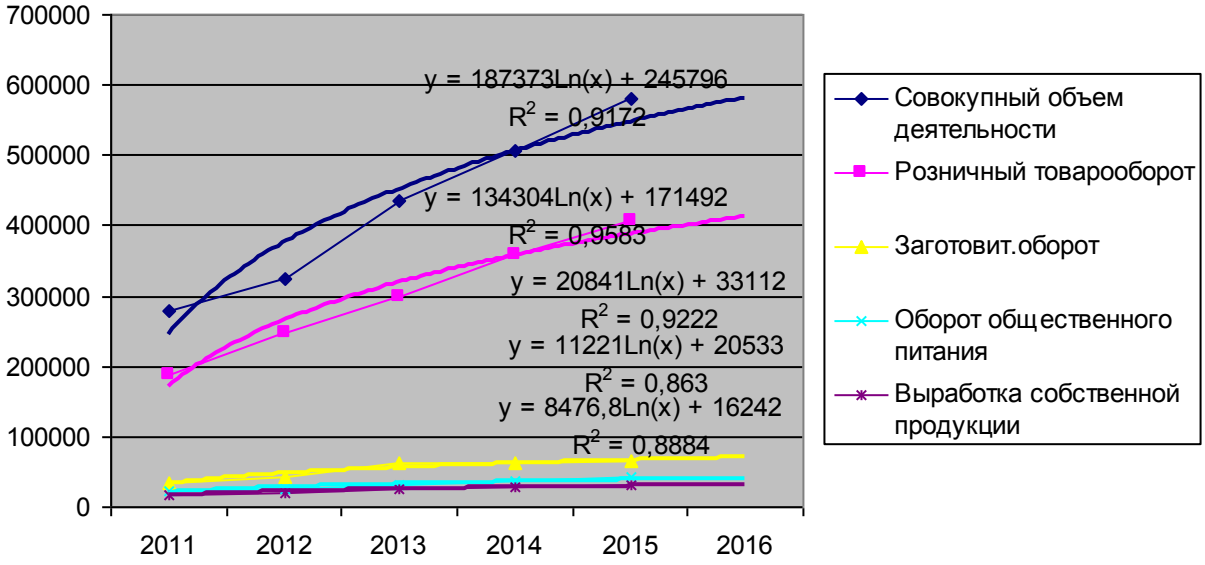

Рисунок 4 - Прогнозирование товарооборота логарифмической линией тренда

Для составления прогноза роста товарооборота в будущие периоды используется логарифмическая линия тренда (рис.4) и в 2016 году общий товарооборот составит значение около 590 млн.руб. Розничный товарооборот составит значение около 410 млн.руб., заготовительный товарооборот

составит около 80 млн. руб., оборот общественного питания составит около 50 млн.руб. и выработка собственной продукции около 40 млн. руб.

Для составления прогноза роста товарооборота в будущие периоды используется полиномиальная линия тренда (рис.5) и в 2016 году общий товарооборот составит значение около 670 млн.руб. Розничный товарооборот составит значение около 450 млн.руб., заготовительный товарооборот составит около 80 млн. руб., оборот общественного питания составит около 50 млн.руб. и выработка собственной продукции около 40 млн. руб.

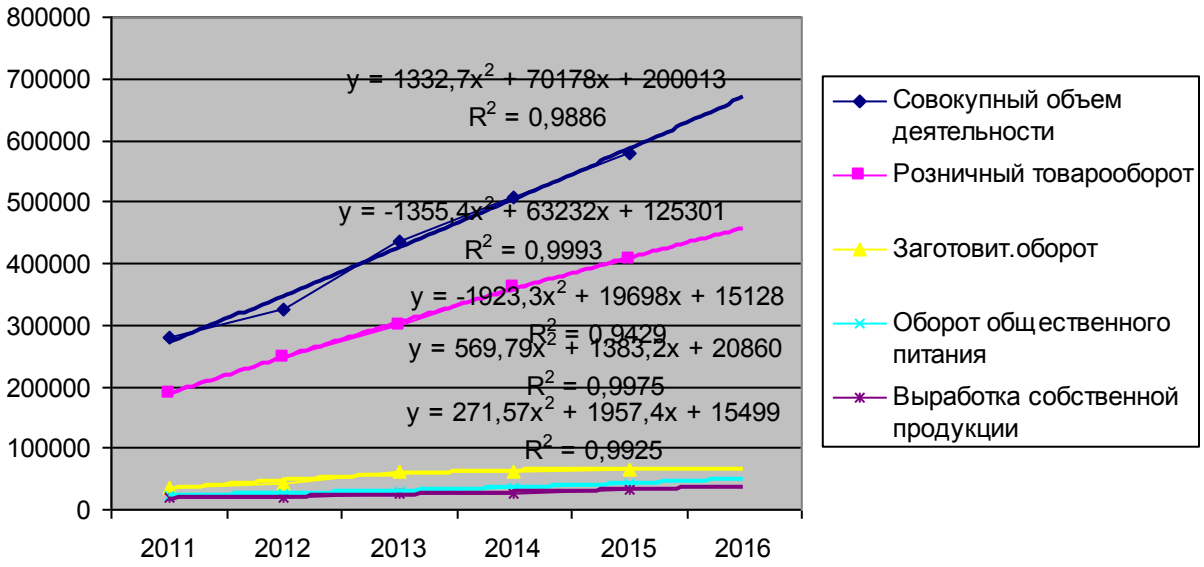

Рисунок 5 - Прогнозирование товарооборота полиномиальной линией тренда

Для составления прогноза роста товарооборота в будущие периоды используется степенная линия тренда (рис.6) и в 2016 году общий товарооборот составит значение около 600 млн.руб. Розничный товарооборот составит значение около 440 млн.руб., заготовительный товарооборот составит около 80 млн. руб., оборот общественного питания составит около 50 млн.руб. и выработка собственной продукции около 40 млн. руб.

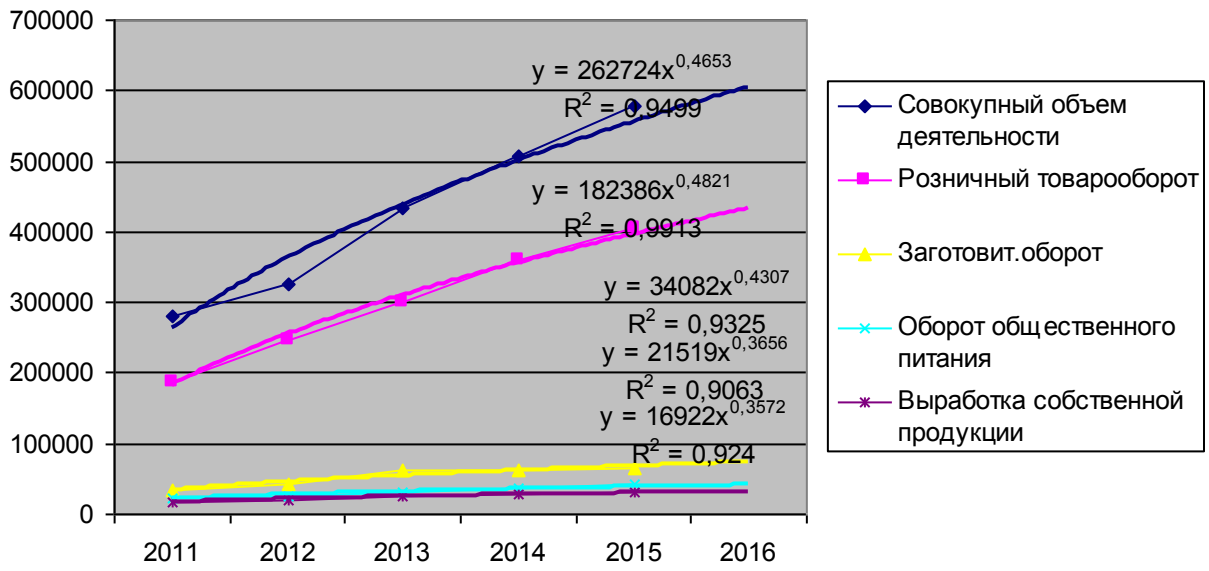

Рисунок 6 - Прогнозирование товарооборота степенной линией тренда

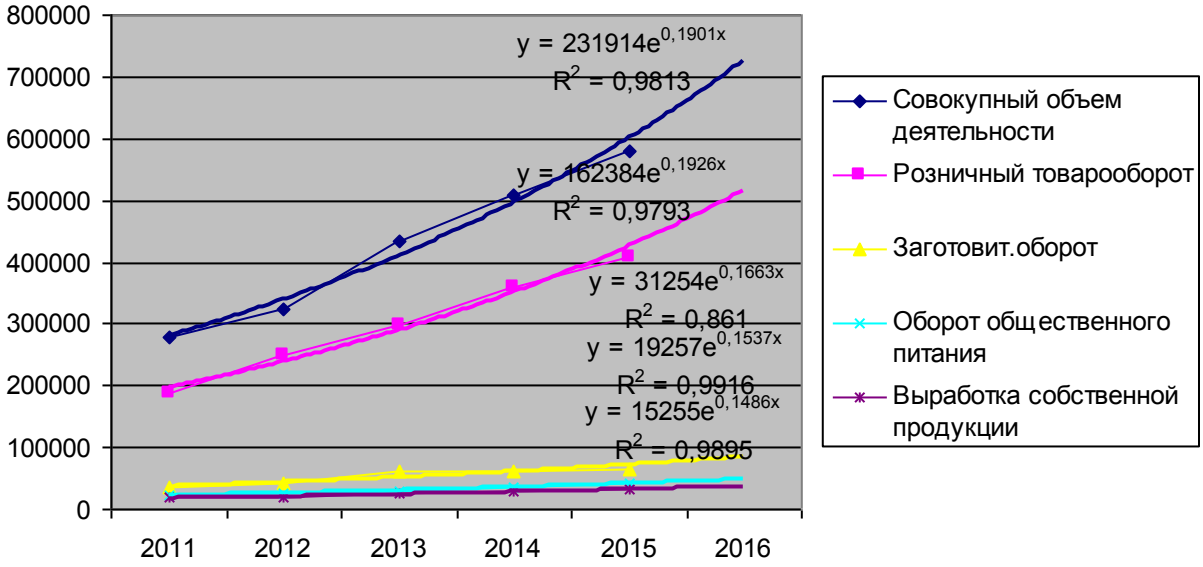

Рисунок 7 - Прогнозирование товарооборота экспоненциальной линией тренда

Для составления прогноза роста товарооборота в будущие периоды используется экспоненциальная линия тренда (рис.7) и в 2016 году общий товарооборот составит значение около 720 млн.руб. Розничный товарооборот составит значение около 510 млн.руб., заготовительный товарооборот составит около 90 млн. руб., оборот общественного питания составит около 50 млн.руб. и выработка собственной продукции около 40 млн. руб.

Для прогнозирования товарооборота на будущие периоды исходя из более высокого показателя величины достоверности составлена таблица 9.

Таблица 9 – Показатели величины апроксимации

показатель	показатель величины апроксимации линии тренда				
	линейная	логариф-мическая	полино-миальная	степенная	экспонен-циальная
Совокупный объем деятельности	0,9882	0,9172	0,9886	0,9499	0,9813
Розничный товарооборот	0,9984	0,9583	0,9993	0,9913	0,9793
Заготовительный оборот	0,8749	0,9222	0,9429	0,9325	0,861
Оборот общественного питания	0,9782	0,863	0,9975	0,9063	0,9916
Выработка собственной продукции	0,9846	0,8884	0,9925	0,924	0,9895

По всем исследуемым показателям наиболее высокий показатель имеет величина аппроксимации полиномиальной линии тренда. Используя полиномиальную линию тренда и прогнозное значение в 2016 г. общий товарооборот составит значение около 650 млн.руб., розничный товарооборот составит значение около 450 млн.руб., заготовительный товарооборот составит около 80 млн. руб., оборот общественного питания составит около 50 млн.руб. и выработка собственной продукции около 40 млн. руб.

Прогнозируемый рост составит:

- совокупного товарооборота 116%,
- розничного товарооборота 116%,
- заготовительного товарооборота 122%,
- оборота общественного питания 120%,
- выработки собственной продукции 125%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях рыночной экономики все большее значение приобретает коммерческая деятельность для кооперативных торговых предприятий. Она является непременным условием эффективной работы и развития. Коммерческую деятельность торгового предприятия потребительской кооперации следует рассматривать в увязке с внешней средой, охватывающей широкий спектр экономических и социальных вопросов. Она должна базироваться на российской модели формирования рынка, экономических факторах и складывающихся рыночных отношениях.

Особо возрастает роль коммерции в практической деятельности, так как она направлена на развитие торговли в условиях рыночного хозяйствования. Существенное значение имеет более полное удовлетворение запросов покупателей, организация торгового обслуживания и получение прибыли.

Вышеуказанным обусловлена актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности ПО «ИК» Белокатайского района.

Потребительское общество «Ик» ставит своей основной задачей развитие и совершенствование кооперативной торговли, удовлетворение потребностей членов кооператива и населения в товарах народного потребления, хозяйственного назначения, сельхозпродуктами и сырьем, развитие общественного питания, хлебопечения и других видов обслуживания бытовых нужд населения района продуктами питания, товарами первой необходимости.

Анализ динамики товарооборачиваемости в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается снижение показателя товарооборачиваемости по магазинам

Гастроном, Хлеб, Продукты №1, Продукты №4, Горячий хлеб, отдел Ювелирных изделий, Мебель.

Анализ динамики товарооборачиваемости в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается увеличение показателя товарооборачиваемости по магазинам ТПС при МСО, Мясная лавка, Рынок, Казанчи, Костеево, отдела Обувь, Хозтовары.

Анализ товарооборачиваемости показал, что наибольшие показатели по товарооборачиваемости наблюдаются в магазинах Казанчи, Костеево и отдела Обувь; наименьшие показатели товарооборачиваемости наблюдаются по магазинам Гастроном, Хлеб и Горячий хлеб.

В целом показатель товарных запасов превышает нормативный показатель на 4 дня. Товарооборачиваемость в целом снизилась с 36 дней в 2014 г. до 31 дня в 2015 г.

Анализ данных ассортимента товаров в целом и по группе продовольственных и непродовольственных товаров позволил сделать следующие выводы:

- темп роста товарооборота практически одинаков по продовольственным и непродовольственным товарам;
- товарные запасы выросли как по продовольственным и непродовольственным товарам, однако, темп роста товарных запасов непродовольственных товаров значительно выше темпа роста продовольственных товаров;
- товарооборачиваемость продовольственных товаров в целом не изменилась;
- товарооборачиваемость непродовольственных товаров снизилась на 2 дня.

Далее проведен анализ ассортимента продовольственных товаров. Наибольший темп роста товарооборота наблюдается по товарам: макаронные изделия на 151,9%, вино на 147,5%, плоды на 130,6%, пиво на 128,5%, сыры на 128,4%. Снижение товарооборота наблюдается по муке на 4,8%, соли на

6,6%, крупы и бобовых на 7,1%, картофеля на 50,2%, консервов мясных на 57%. Снижение товарных запасов наблюдается по макаронным изделиям и чаю натуральному на 42,1%, крупе и бобовым на 44,8%, по яйцу на 59,0%. Увеличение товарных запасов наблюдается по консервам мясным на 442,6%, шампанскому на 234,8%, консервам фруктовым на 140,8%, пиву на 131%, картофелю и кондитерским изделиям на 129%.

Анализ динамики товарооборачиваемости продовольственных товаров в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается:

- снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам картофель, сахара, макаронных изделий, вина, маргариновой продукции, чая натурального, сыров, масла животного, безалкогольных напитков, муки, масла растительного, пива, консервов овощных, крупы и бобовых, рыбы и морепродуктов, кондитерских изделий;
- наибольшее снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам картофель на 24 дня и сахара на 18 дней;
- повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам молоко и молочная продукция, плоды, мясо и птица, соль, консервы фруктовые, табачные изделия и махорка, водка и ликероводочные изделия, овощи, прочие продовольственные товары, коньяк, шампанское, консервы мясные;
- наибольшее повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам шампанское на 38 дней и консервов мясных на 68 дней.

Далее проведен анализ ассортимента непродовольственных товаров. Наибольший темп роста товарооборота наблюдается по товарам: велосипеды и мотоциклы на 731%, холодильники бытовые на 248%, мыло туалетное на 241%, электропылесосы 162%. Снижение товарооборота наблюдается по материалам строительным на 5,5%, обуви кожаной на 21,6%, ювелирных изделий на 33%, печатных изданий на 71,3%. Снижение товарных запасов наблюдается по мылу туалетному на 64%, ткани на 44%, по чулочно-носочным изделиям на 33,5%. Увеличение товарных запасов наблюдается по

ювелирным изделиям на 212,5%, парфюмерно-косметическим изделиям на 170%, хозяйственным товарам на 147%, синтетическим моющим средствам на 146,1.

Анализ динамики товарооборачиваемости непродовольственных товаов в 2014-2015 гг. показал, что наблюдается:

- снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам холодильники бытовые, велосипеды и мотоциклы, мыло туалетное, электропылесосы, мебель, мыло хозяйственное, прочие непродовольственные товары, швейные изделия, часы, обувь резиновая, бельевой трикотаж, чулочно-носочные изделия;
- наибольшее снижение количества дней товарооборачиваемости по товарам холодильники бытовые на 137 дня и велосипеды и мотоциклы на 134 дней;
- повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам материалы строительные, морозильники бытовые, парфюмерно-косметические изделия, верхний трикотаж, машины стиральные, синтетические моющие средства, ювелирные изделия, игрушки, хозяйственные товары, школьно-письменные принадлежности, печатные издания, ткани, обувь кожаная;
- наибольшее повышение количества дней товарооборачиваемости по товарам ткани на 36 дней и обувь кожаная на 62 дня.

Далее проведен анализ по методикам ABC и XYZ по продовольственным и непродовольственным товарам.

Таким образом, в группу А входит 15 наименований номенклатуры, доля стоимости каждого товара, реализованного со склада в общем стоимостном объеме составляет более 3,7%. Это в основном те товары, которые предпочитают большинство клиентов, а значит они приносят максимальную прибыль фирме. Поэтому на эти товары должна приходиться большая часть денежных средств, вложенных в запасы. Размеры запасов по позициям, входящим в группу А должны постоянно контролироваться, точно

определяться издержки, связанные с их закупкой, доставкой и хранением, а также момент и размер заказа.

В группу В входят 18 позиции номенклатуры, доля стоимости каждого реализованного товара в суммарной стоимости составляет от 1,28% до 2,74%. Данные товары, входящие в эту группу занимают среднее положение в формировании запасов и по сравнению с группой А требуют к себе меньшего внимания. По товарам данной группы должен осуществляться обычный систематический контроль и сбор информации о запасах, который должен позволить своевременно обнаружить основные изменения в использовании запасов.

В группу С входит 29 позиций номенклатуры, доля стоимости единицы реализованного товара в общем стоимостном объеме менее 1,22%. Данные товары относят к второстепенным, в пополнении их запасов вкладывается наименьшая часть всех финансовых средств, а расчеты размера и периода заказа могут не выполняться. Пополнение запасов по данной группе товаров регистрируется, но текущий учет уровня запасов не ведется.

В результате проведенного расчета методом АВС из 62 позиций номенклатуры было выделено 15 позиций группы А. Именно для этой группы резервы совершенствования системы управления запасами будут максимальными.

Наибольший эффект этот метод дает в сочетании с методом XYZ, который позволяет произвести классификацию той же номенклатуры запасов, но в зависимости от динамики их потребления.

К категории X относят товары с коэффициентом вариации менее 10%. Таким образом, в группу X входят 36 наименования товарных групп, коэффициент вариации которых составляет от 0% до 9,6%. Спрос на данные товары равномерен, либо подвержен незначительным колебаниям. Объем реализации этой группы товаров стабилен и хорошо предсказуем.

Категория Y - это товары, коэффициент вариации по которым изменяется в динамике от 10-25%. Так, к категории Y относится 14

наименований товаров, коэффициент вариации которых составляет от 10,4% до 23,6%. Данная группа товаров потребляется в колеблющихся объемах, либо имеет сезонный характер спроса. Возможности прогнозирования по товарам группы Y - средние.

К категории Z относят товары спрос на которые возникает эпизодически. Прогнозировать объемы реализации по данной группе товаров сложно. На основе расчета коэффициента вариации товары к данной группе отнесены 7 групп товаров, с коэффициентом вариации от 26% до 75,9%.

Наложение результатов метода XYZ – анализа на данные метода ABC позволяет разбить запасы на девять блоков, каждый из которых имеет две характеристики: стоимость запасов и точность прогнозирования потребности в них.

Таким образом анализируемые товарные группы в сводной группировке имеют следующий вид: к группе AX относится 10 позиций номенклатуры, к группе AY относится 3 позиции номенклатуры, к группе AZ относится 1 позиция номенклатуры - безалкогольные напитки, к группе BX относится 12 позиций номенклатуры, к группе BY относится 6 позиции номенклатуры, к группе BZ относится позиции номенклатуры не относятся, к группе CX относится 14 позиций номенклатуры, к группе CY относится 6 позиций номенклатуры, к группе CZ относится 9 позиций номенклатуры.

Рекомендуется постоянно контролировать ассортимент товаров внесенных на основе анализа в группу AX, т.к. товары этих групп пользуются постоянным стабильным спросом.

Товарооборот продовольственных и непродовольственных товаров отнесенных к группе AX в сумме составляет за 2015 г. 238 млн. 596 тыс. руб., дефицит этих товаров может привести к упущенной выгоде, снижение товарооборота по данным товарам на 1% в сумме составит снижение товарооборота на 2,4 млн. руб. Также, данная группировка товаров позволяет направить более пристальное внимание на указанные группы для выбора наиболее конкурентоспособных поставщиков, предлагающих товар более

высокого качества, с улучшенными условиями поставок и возможностью дополнения и перезаключения договоров поставки.

Наиболее эффективное управление ассортиментом товаров занимающих в общем товарообороте наибольшие доли позволит экономить на управлении ассортиментом по группе непродовольственных товаров до 20%, а в общем по всем группам товаров расходы оставить неизменными, но улучшить эффективность закупочной работы и уделять наибольшее внимание и большие затраты на товары, занимающие наибольшую долю в товарообороте и пользующиеся стабильным спросом.

Для прогнозирования товарооборота на будущие периоды составлены линия тренда, уравнение тренда, величина достоверности аппроксимации.

Построение линии тренда на основе аппроксимации и сглаживания могут быть нескольких типов: линейная, логарифмическая, полиномиальная, степенная, экспоненциальная. При анализе выбирается линия тренда с более высокой величиной достоверности аппроксимации.

По всем исследуемым показателям наиболее высокий показатель имеет величина аппроксимации полиномиальной линии тренда. Используя полиномиальную линию тренда и прогнозное значение в 2016 г. общий товарооборот составит значение около 650 млн.руб., розничный товарооборот составит значение около 450 млн.руб., заготовительный товарооборот составит около 80 млн. руб., оборот общественного питания составит около 50 млн.руб. и выработка собственной продукции около 40 млн. руб.

Прогнозируемый рост составит:

- совокупного товарооборота 116%,
- розничного товарооборота 116%,
- заготовительного товарооборота 122%,
- оборота общественного питания 120%,
- выработки собственной продукции 125%.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ **СПИСОК**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации – М.:ТК Велби, 2006 –448 с.
2. Федеральный закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» – Уфа: РИЦ «Деловая литература», 2005 – 32 с.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 28 декабря 2011 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" - М.:ТК Велби, 2012.
4. Устав ПО «ИК» Белокатайского района.
5. Алексунин, В.А. Маркетинг: Краткий курс. Учебное пособие. – М.: Издательский Дом «Дашков и К°», 2012. – 191с.
6. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – Киев: КФИМБ, 2013. -490 с.
7. Волгин В.В. Склад: Практическое пособие. – М.: Издательский Дом «Дашков и К°», 2012. – 315с.
8. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2014. – 488 с.
9. Гаджинский А.М. Практикум по логистике. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2011. – 128с.
10. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика. – М.: Издательский Дом «Дашков и К°», 2011.- 178 с.
11. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. - М.: «ФИНПРЕСС», 2011. – 430с.
12. Гордон М.П., Карнаухов С.Б. Логистика товародвижения. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. – 168с.
13. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2014. – 448с.
14. Егоров В.Ф. Организация торговли. – СПб.: Питер, 2014. – 352 с.

15. Иванова М.Б. Логистика: Учеб. пособие. – М.: Издательство РИОР, 2014. – 76с.
16. Инютина К.В., Квашнин Б.С., Суслов О.В. Основы логистики.– СПб.: СПбГУЭФ, 2011. – 40с.
17. Канаян К., Канаян Р. Мерчендайзинг. – М.: РИП-холдинг, 2015. – 230с.
18. Кузнецова Л.В., Черкасова Ю.Ю. Основы маркетинга. – М.: Современный университет, 2014. – 140 с.
19. Лебедев О.Т., Филиппова Т.Ю. Основы маркетинга / Учеб. пособие под ред. д-ра эконом. наук, проф. О.Т. Лебедева. Изд. 2-е, доп. – Дизайн обл. А.С. Андреев. – СПб.: ИД «МиМ», 2015. – 224с.
20. Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина: 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 368с.
21. Маркетинг. Учебник-практикум / под ред. Ващекина Н.П. – М.:МГУК, 2011. – 735с.
22. Меликян О.М. Поведение потребителей. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2013. – 260 с.
23. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. – 2-изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.– 623с.
24. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: Учебник для студентов средних специальных заведений. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2013. – 450с.
25. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. – М.: «Маркетинг», 2014. – 288 с.
26. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг в розничной торговле. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2014. – 224 с.
27. Пигунова О.В., Аниськина О.Г. Стратегия коммерческой деятельности предприятий розничной торговли. – М.: «Маркетинг», 2014. – 117 с.

28. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 248с.
29. Практикум по логистике. Учебное пособие. / Под редакцией проф. Б.А. Аникина. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 270с.
30. Раицкий К.А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2011. – 693с.
31. Розничные торговые сети: стратегия, экономика и управление. Учебное пособие/под общ.ред. А.А. Есютина и Е.В. Карповой – М.: Кнорус, 2014.-427 с.
32. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 608с.
33. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Юристъ, 2012. – 659с.
34. Снегирева В.В. Розничный магазин. – СПб.: ПИТЕР, 2013. – 416 с.
35. Таничев А.В. Логистика. – СПб.: Издательский Дом «Нева», М.: «ОЛМА-ПРЕСС», 2015. – 192с.
36. Торговля. Термины и определения: ГОСТ Р 51303-99 – М.6 Изд. «Ось» 2011.-89 с.
37. Торговое дело: экономика и организация: Учебник / Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 256с.
38. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: «Маркетинг», 2014. – 864 с.
39. Федько В.П. Основы маркетинга. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 517 с.
40. Болотова И. Ассортимент: в поисках оптимального варианта // Торговое оборудование. – 2014. - №4. – с.8-11.
41. Борбасова З. Мир бизнеса: консультации и комментарии // Маркетинг. – 2015. – № 5 (72) – с.109-112.

42. Борисова Н. Ассортимент: 7 принципов успеха // Российская торговля. – 2015. – № 5 (810) – с.24-25.
43. Васильков О. Какой опт нам нужен? // Российская торговля. – 2015. – № 5 (810) – с.4.
44. Снегирева В.В., Снегирева Н.И., Лындина Е.Н. Управление развитием торгового ассортимента // Маркетинг успеха. - 2014. - №10. – с.12-16
45. Сомова В. Объем, структура спроса и ассортиментная политика // Современная торговля. – 2015. – № 7 – с.21-24.
46. Сомова В.В., Снегирева Н.И., Лындина Е.Н. Концепция ассортиментной политики // Современная торговля. – 2014. - №7. – с. 25-28.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Наименование товара	факт т/об.		Удельный вес		откл от	откл от	Числен-ть обслужив. населения	Продажа на одного человека		откл прод. На 1чел.	Темп роста		Товарообора-чиваемость	
	2014	2015	2014	2015	2014	уд.веса		2014	2015	2014	товарооборота	товарных запасов	2014 г.	2015 г.
1	2	3	4	5			3	7	8		9	10	23	24
Мясо и птица	26267,3	26599,2	6,64	5,93	331,9	-0,71	28776	0,913	0,924	0,012	101,3	140,8	14	17
Колбасные изделия и копчености всякие	18332,2	21450,8	4,64	4,78	3118,6	0,15	28776	0,637	0,745	0,108	117,0	95,5	10	10
Консервы мясные	413,4	177,6	0,10	0,04	-235,8	-0,06	28776	0,014	0,006	-0,008	43,0	112,5	53	121
Рыба и морепродукты пищевые	4277,3	4593,6	1,08	1,02	316,3	-0,06	28776	0,149	0,160	0,011	107,4	96,3	23	20
консервы фрук.	2194,7	2268,4	0,56	0,51	73,7	-0,05	28777	0,076	0,079	0,003	103,4	44,8	16	19
консервы овощные	2333,1	2451,3	0,59	0,55	118,2	-0,04	28778	0,081	0,085	0,004	105,1	234,8	33	29
консервы и пресервы рыбные	2242,2	2674,5	0,57	0,60	432,3	0,03	28779	0,078	0,093	0,015	119,3	85,6	26	26
Масло животное	1915	2111,1	0,48	0,47	196,1	-0,01	28776	0,067	0,073	0,007	110,2	89,7	21	15
сыры	2123,3	2726,7	0,54	0,61	603,4	0,07	28776	0,074	0,095	0,021	128,4	71,2	27	19
Масло растительное	3505,2	3844,4	0,89	0,86	339,2	-0,03	28776	0,122	0,134	0,012	109,7	129,1	40	36
Молоко и молочная продукция	14600,9	15619,5	3,69	3,48	1018,6	-0,21	28776	0,507	0,543	0,035	107,0	95,4	4	5
яйцо	1679,3	2036,8	0,42	0,45	357,5	0,03	28776	0,058	0,071	0,012	121,3	91,3	12	12
Сахар	3490,4	4226,8	0,88	0,94	736,4	0,06	28776	0,121	0,147	0,026	121,1	59,0	51	33
Кондитерские изделия	31631,7	32204,8	8,00	7,18	573,1	-0,82	28776	1,099	1,119	0,020	101,8	86,9	20	17
Чай натуральный	4371,6	5198	1,11	1,16	826,4	0,05	28776	0,152	0,181	0,029	118,9	102,6	60	49
Соль	584	545,3	0,15	0,12	-38,7	-0,03	28776	0,020	0,019	-0,001	93,4	71,1	33	36
Мука	5608,4	5340,8	1,42	1,19	-267,6	-0,23	28776	0,195	0,186	-0,009	95,2	79,0	35	30
Крупа и бобовые	2382	2212,4	0,60	0,49	-169,6	-0,11	28776	0,083	0,077	-0,006	92,9	71,6	49	46
Макаронные изделия	1764,8	2680,6	0,45	0,60	915,8	0,15	28776	0,061	0,093	0,032	151,9	42,1	51	33
Маргариновая продукция	833,2	946,6	0,21	0,21	113,4	0,00	28776	0,029	0,033	0,004	113,6	80,6	37	26
Хлеб и хлебобулочные изделия	24210,4	27084,6	6,12	6,04	2874,2	-0,09	28776	0,841	0,941	0,100	111,9	102,8	1	1
Картофель	1115,5	556	0,28	0,12	-559,5	-0,16	28776	0,039	0,019	-0,019	49,8	442,6	61	37
Овощи	6743,3	6840,7	1,71	1,53	97,4	-0,18	28776	0,234	0,238	0,003	101,4	126,9	17	22
Плоды	14680,9	19178,1	3,71	4,28	4497,2	0,56	28776	0,510	0,666	0,156	130,6	105,5	12	13
Водка и ликероводочные издел.	51406	57056,8	13,00	12,72	5650,8	-0,28	28776	1,786	1,983	0,196	111,0	102,0	34	38
Вино	4174	6158,3	1,06	1,37	1984,3	0,32	28776	0,145	0,214	0,069	147,5	120,5	76	61
Коньяк	1457,9	1672,1	0,37	0,37	214,2	0,00	28776	0,051	0,058	0,007	114,7	131,0	55	82
Шампанское	892,3	937,5	0,23	0,21	45,2	-0,02	28776	0,031	0,033	0,002	105,1	76,6	64	102
Табачные изделия и махорка	18791,6	23173,6	4,75	5,17	4382	0,41	28776	0,653	0,805	0,152	123,3	121,7	25	29
безалк напитки	10392,7	17682	2,63	3,94			28776		0,614	0,614		87,5	17	12
Пиво	18356,8	23591,8	4,64	5,26	5235	0,62	28776	0,638	0,820	0,182	128,5	129,2	28	25
Прочие продовольственные товары	35925,6	37365,3	9,09	8,33	1439,7	-0,76	28776	1,248	1,298	0,050	104,0	98,4	50	57
Итого продовольственных товаров	**318697**	**361206**	**80,62**	**80,54**	**42509**	**-0,08**	**28776**	**11,075**	**12,552**	**1,477**	**113,3**	**103,6**	**26**	**26**
Синтетические моющие средства	1749,2	1756,1	0,44	0,39	6,9	-0,05	28776	0,061	0,061	0,000	100,4	146,1	68	83
Часы	489,2	495,2	0,12	0,11	6	-0,01	28776	0,017	0,017	0,000	101,2	117,9	98	94
Велосипеды и мотоциклы	6,8	49,7	0,00	0,01	42,9	0,01	28776	0,000	0,002	0,001	730,9	0,0	158	24

электропылесосы	51,9	84	0,01	0,02	32,1	0,01	28776	0,002	0,003	0,001	161,8	84,2	65	47
холодильники бытовые	68,2	169,4	0,02	0,04	101,2	0,02	28776	0,002	0,006	0,004	248,4	0,0	164	26
машины стиральные	69,4	79,5	0,02	0,02	10,1	0,00	28776	0,002	0,003	0,000	114,6	93,1	30	43
морзильники бытовые	149,6	201,9	0,04	0,05	52,3	0,01	28776	0,005	0,007	0,002	135,0	0,0	29	39
Мебель	6464	7332,5	1,64	1,63	868,5	0,00	28776	0,225	0,255	0,030	113,4	112,1	68	53
ткани	1445,7	1483,7	0,37	0,33	38	-0,03	28776	0,050	0,052	0,001	102,6	56,1	67,5389	104
бельевой трикотаж	1996,9	2184,8	0,51	0,49	187,9	-0,02	28776	0,069	0,076	0,007	109,4	85,7	107	105
верхний трикотаж	2165,2	2165,5	0,55	0,48	0,3	-0,06	28776	0,075	0,075	0,000	100,0	106,9	88	98
чулочно-носочные изделия	1606,4	1784,5	0,41	0,40	178,1	-0,01	28776	0,056	0,062	0,006	111,1	68,5	86	84
швейные изделия	3440,9	4426,4	0,87	0,99	985,5	0,12	28776	0,120	0,154	0,034	128,6	111,4	210	200
обувь кожанная	4368,8	3426,9	1,11	0,76	-941,9	-0,34	28776	0,152	0,119	-0,033	78,4	96,4	136	199
обувь резиновая	693	854,3	0,18	0,19	161,3	0,02	28776	0,024	0,030	0,006	123,3	82,6	111	108
мыло туалетное++	93,9	226,3	0,02	0,05	132,4	0,03	28776	0,003	0,008	0,005	241,0	35,9	151	112
мыло хозяйственное	74,4	102,6	0,02	0,02	28,2	0,00	28776	0,003	0,004	0,001	137,9	95,1	152	142
парфюмерно-косметические изделия	2428,5	2466,8	0,61	0,55	38,3	-0,06	28776	0,084	0,086	0,001	101,6	170,0	57	67
школьно-письменные принадлежности	1143,7	1154,9	0,29	0,26	11,2	-0,03	28776	0,040	0,040	0,000	101,0	125,1	69	88
Игрушки	1535,8	1609,1	0,39	0,36	73,3	-0,03	28776	0,053	0,056	0,003	104,8	114,0	112	130
Хозяйственные товары	5695,8	5743,5	1,44	1,28	47,7	-0,16	28776	0,198	0,200	0,002	100,8	147,0	59	78
материалы строительные	7452,8	7040,4	1,89	1,57	-412,4	-0,32	28776	0,259	0,245	-0,014	94,5	111,7	33	35
Ювелирные изделия	3970,4	3057,9	1,00	0,68	-912,5	-0,32	28776	0,138	0,106	-0,032	77,0	212,5	107	125
печатные издания	1229,4	353,1	0,31	0,08	-876,3	-0,23	28776	0,043	0,012	-0,030	28,7	0,0	29	61
Прочие непродовольственные товары	27085,7	36756,9	6,85	8,20	9671,2	1,34	28776	0,941	1,277	0,336	135,7	133,6	61	52
Итого непродтоваров	**76609**	**87279**	**19,38**	**19,46**	**10670**	**0,08**	**28776**	**2,662**	**3,033**	**0,371**	**113,9**	**121,0**	**76**	**74**
Всего товаров	**395306,0**	**448485**	**100,00**	**100,00**	**53179**	**0,00**	**28776**	**13,737**	**15,585**	**1,848**	**113,5**	**110,3**	**36**	**36**

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Анализ РТО и товарных запасов по магазинам за 12 месяцев 2015г.

№ п/п	магазины		Рознич. т/об	Рознич. т/об за 12 месяцев 2015г			Темп роста в действ. ценах	Индекс цен	Рознич т/об в сопост. ценах	Темп роста в сопост. ценах	Продажа на 1 чел.		оптовый товарооборот		Фактич однодневн. рто за 2015	магазины	Товарные запасы						План. однодн.. РТО 12 месяцев. 2015Года	норматив т.з.		отклонение от норматива (+,-)		средние т.з.	товарооборачиваемость		Уд. вес магазина в общем объеме т/об
				план	факт	% вып. плана							2014	2015			01.01.	01.04.	01.07.	01.10.	01.01.	в днях		сумма	дни	сумма	дни		2014	2015	
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			14	15	16	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
1	Гастроном		85665	94000	95581,3	101,7	111,6	108,5	88093,4	102,8					265,5	Гастроном	4696,3	3390,8	3214	3479,7	5284,6	13	261,1	3916,7	15	-437,0	-2	3768,7	15	14	31,9
2	Хлеб		8305,4	10990	11051,4	100,6	133,1	106,7	10357,5	124,7				53	30,8	Хлеб	583,7	345,7	380,5	448,5	540,4	11	30,5	305,3	10	143,2	1	434,2	15	14	3,7
3	Маяк		26536,7	28000	28887,8	103,2	108,9	108,5	26624,7	100,3					80,2	Маяк	1494,2	1075,6	1233	1264	1591	14	77,8	1166,7	15	97,3	-1	1278,8	16	16	9,6
4	Продукты1		1528	2520	2710,5	107,6	177,4	108,5	2498,2	163,5					7,5	Продукты1	206	133	133,3	154,9	180,6	19	7,0	140,0	20	14,9	-1	153,6	42	20	0,9
5	ТПС при МСО		8233,4	9800	9840,5	100,4	119,5	108,5	9069,6	110,2					27,3	ТПС при МСО	506,3	448,3	635	694,7	725	16	27,2	544,4	20	150,3	-4	598,4	21	22	3,3
6	Прод-4		13602,4	15285	16418,8	107,4	120,7	108,5	15132,5	111,2			60	5,8	45,6	Прод-4	963,5	708,1	765	873,2	943,9	17	42,5	849,2	20	24,0	-3	825,0	19	18	5,0
7	мясная лавка		8104,5	8300	8342,2	100,5	102,9	108,5	7688,7	94,9			550	25	23,2	мясная лавка	519,1	316,8	428,1	492,6	613,7	14	23,1	230,6	10	262,0	4	451,0	16	19	2,5
8	рынок		1594,3	0	395,1		24,8	108,5	364,1	22,8					1,1	рынок	134,4	45,5	0	0	0		0,0	0,0	8	0,0	-8	28,2	23	26	0,1
9	Казанчи		4373,5	5715	5179,6	90,6	118,4	108,5	4773,8	109,2					14,4	Казанчи	631,8	546,8	676,9	711	669	34	15,9	444,5	28	266,5	6	646,3	35	45	1,2
10	Костеево		2217,5	3420	2287,7	66,9	103,2	108,5	2108,5	95,1					6,4	Костеево	304,2	287,2	325,5	355,4	551	30	9,5	266,0	28	89,4	2	348,9	46	55	0,5
	отд.продукты		3133		457,2		14,6	108,5	421,4	13,4			68,2		1,3								0,0					0,0	0	0	0,1
11	горячий хлеб		2466,3	2600	2700,6	103,9	109,5	106,7	2531,0	102,6					7,5	горячий хлеб	114,3	106,8	73,3	80,5	115,7	15	7,2	57,8	8	22,7	7	93,9	15	13	0,6
	ИТОГО		**165760**	**180630**	**183852,7**	**101,8**	**110,9**	**106,8**	**172146,7**	**103,9**			**678,2**	**83,8**	**510,9**	**ИТОГО**	**10154**	**7404,6**	**7864,6**	**8554,5**	**11215**	**15**	**501,8**	**7526,3**	**15**	**1028,3**	**0**	**8627,0**	**18**	**17**	**41,0**
1	отд. Обувь		9809,2	11000	10078,4	91,6	102,7	103,8	9709,4	99,0			632,1	617,2	29,7	отд. Обувь	3999,5	3643,6	3690,4	4006,5	4615,4	119	30,6	2750,0	90	1256,5	29	3912,0	127	132	2,2
2	отд. Ювелир.		5987,5	6600	6618,9	100,3	110,5	103,8	6376,6	106,5			156,4	116,3	18,7	отд. Ювелир.	1701,5	1505,6	1626,7	1629,8	2096,6	82	18,3	1466,7	80	163,1	2	1665,3	113	89	1,5
3	книги		969,9	2100	2466,5	117,5	254,3	103,8	2376,2	245,0				266,2	7,6	книги		278,9	339,7	857,3	456,9	48	5,8	408,3	70	449,0	-22	426,1		56	0,5
4	хоз.товары		4387,9	4300	4331,9	100,7	98,7	103,8	4173,3	95,1			469	821,4	14,3	Хоз.товары	530,1	530,7	677,6	744,4	827,8	44	11,9	836,1	70	-91,7	-26	657,9	33	46	1,0
5	Прод.унив.		8919,6	9460	7529,5	79,6	84,4	108,5	6939,6	77,8					20,9	Прод.унив	772,3	492,9	942,8	986,2	855,3	19	26,3	735,8	28	250,4	-9	808,9		39	1,7
6	прод.Ирина		2292,8		1174,4		51,2	106,7	1100,7	48,0				7552,4	24,2	прод.Ирина		105,7		34,7	119,7		0,0	0,0	28	34,7	-28	50,1		2	0,3
7	Кафетерий			1740	1767,2	101,6		108,5	1628,8						4,9	Кафетерий				194,8	282,5	0	4,8	135,3	28	59,5	-28	84,0		17	0,4
8	Мебель		5501	6215	5497	88,4	99,9	103,8	5295,8	96,3			678,8	1824,3	20,3	Мебель	1223,3	1221,4	1318,3	1103,2	1199,4	71	17,3	1553,75	90	-450,6	-19	1213,6	69	60	1,2

	ИТОГО		**37867,9**	**41415**	**39464**	**95,3**	**104,2**	**103,8**	**38019,1**	**100,4**			**1936,3**	**11197,8**	**140,7**	**ИТОГО**	**8227**	**7778,8**	**8595,5**	**9556,9**	**10454**	**68**	**115,0**	**7885,972**	**80**	**1670,9**	**-12**	**8817,8**	**76**	**63**	**8,8**
1	Склад		108,3			0,0	0,0	108,5	0,0	0,0					0,0	Склад	7456,7	3596,9	3517,5	4147,1	3958,2		0,0	0	2	4147,1	-2	4242,2			0,0
3	Общепит		35850	41000	41820	102,0	116,7	103,9	40250,2	112,3					116,2	Общепит	4960	4260	4170	3960	5630	**37**	113,9	2733,3	24	1226,7	13	4421,3	38	38	9,3
	ИТОГО		**35958**	**41000**	**41820**	**102,0**	**116,3**	**103,9**	**40250,2**	**111,9**					**116,2**	**ИТОГО**	**12417**	**7856,9**	**7687,5**	**8107,1**	**9588,2**	**69**	**113,9**	**2733,3**		**5373,8**		**8663,5**	**81**	**75**	**9,3**
	ВСЕГО	**2876**	**395306**	**446000**	**448485**	**100,6**	**113,5**	**108,5**	**413350,2**	**104,6**	**1253**	**1585**	**2614,5**	**12103**	**1279,4**	**ВСЕГО**	**49082**	**40108**	**43978**	**46388**	**54143**	**32**	**1238,9**	**18145,6**	**28**	**2842,4**	**4**	**45521,6**	**36**	**36**	**100,0**

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Показатели	Ед. изд.	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	темп роста,%	
							2015 г. к 2014 г	2015 г. к 2011 г
Совокупный объем деятельности	т.руб.	280107	324655	434172	507583	579513	106,9	159
Розничный товарооборот	т.руб.	187000	247790	299530	359456	406665	105,9	167,1
Оборот общественного питания	т.руб.	23072	25327	30315	35850	41820	112,3	115,6
Выработка собственной продукции	т.руб.	18000	19760	24405	27628	32000	111,5	114,2
Потребительские товары	т.руб.	28872	0	41371	46026	52607	103,3	118,6
Хлеб и хлебобулочные изделия	тонн	830	0	893	920	949	103,2	114,3
Полуфабрикаты	тонн	18	0	16	18	20	113,4	115,3
Кондитерские изделия	тонн	62	0	81	90	94	104,3	152,5
Колбасные изделия	тонн	15,7	18,7	19,3	20,3	21	103,4	133,8
Безалкогольные напитки	дал	14530	18750	16730	17905	18900	105,6	130,1
Соление рыбы	тонн	13	14	16	20	23	115	176,9
Консервы	тонн	49	0	53	46	46		93,1
Заготовительный оборот	т.руб.	34512	42193	61179	62101	65351	105,2	189,4
Шерсть	ц.	80	85	92	105	115	109,5	143,8
Крупное кожсырье	шт.	2600	2904	2904	2950	3150	106,8	121,2
Мелкое кожсырье	шт.	1400	1930	2040	1336	1719	128,7	122,8
Тряпье	ц.	250	300	330	365	325	89	130
Макулатура	ц.	650	700	786	850	930	109,4	143,1
Лекарственное сырье	кг	7230	7400	6330	7400	7543	101,9	104,3
Мясо	ц.	1300	1500	1507	1520	1626	107	125,1
Молоко	ц.	6500	6035	6080	5900	5572	94,4	85,7
Яйцо	тыс.шт	270	330	410	415	460	110,8	170,4
Мед	ц.	15	6	2	4	2	50	13,3
Зернопродукты	ц.	9600	14800	15030	18000	17760	98,7	185
Картофель	ц.	1155	1125	847	920	802	87,2	69,4
Овощи	ц.	886	941	1030	1100	1200	109,1	135,4
Плоды, ягоды культурные	ц.	630	725	755	780	860	110,3	136,5

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Исходные данные для анализа АВС

Наименование товара	факт т/об.	
	2014	2015
1	2	3
Мясо и птица	26267,3	26599,2
Колбасные изделия и копчености всякие	18332,2	21450,8
Консервы мясные	413,4	177,6
Рыба и морепродукты пищевые	4277,3	4593,6
консервы фрук.	2194,7	2268,4
консервы овощные	2333,1	2451,3
консервы и пресервы рыбные	2242,2	2674,5
Масло животное	1915	2111,1
сыры	2123,3	2726,7
Масло растительное	3505,2	3844,4
Молоко и молочная продукция	14600,9	15619,5
яйцо	1679,3	2036,8
Сахар	3490,4	4226,8
Кондитерские изделия	31631,7	32204,8
Чай натуральный	4371,6	5198
Соль	584	545,3
Мука	5608,4	5340,8
Крупа и бобовые	2382	2212,4
Макаронные изделия	1764,8	2680,6
Маргариновая продукция	833,2	946,6
Хлеб и хлебобулочные изделия	24210,4	27084,6
Картофель	1115,5	556
Овощи	6743,3	6840,7
Плоды	14680,9	19178,1
Водка и ликероводочные издел.	51406	57056,8
Вино	4174	6158,3
Коньяк	1457,9	1672,1
Шампанское	892,3	937,5
Табачные изделия и махорка	18791,6	23173,6
безалк напитки	10392,7	17682
Пиво	18356,8	23591,8
Прочие продовольственные товары	35925,6	37365,3
Синтетические моющие средства	1749,2	1756,1
Часы	489,2	495,2
Велосипеды и мотоциклы	6,8	49,7
электропылесосы	51,9	84
холодильники бытовые	68,2	169,4
машины стиральные	69,4	79,5
морзильники бытовые	149,6	201,9
Мебель	6464	7332,5
радиоприемные устройства	3,1	0
Ковры и ковровые изделия	30	0
ткани	1445,7	1483,7
бельевой трикотаж	1996,9	2184,8

верхний трикотаж	2165,2	2165,5
чулочно-носочные изделия	1606,4	1784,5
швейные изделия	3440,9	4426,4
обувь кожанная	4368,8	3426,9
обувь резиновая	693	854,3
мыло туалетное++	93,9	226,3
мыло хозяйственное	74,4	102,6
парфюмерно-косметические изделия	2428,5	2466,8
школьно-письменные принадлежности	1143,7	1154,9
Игрушки	1535,8	1609,1
Хозяйственные товары	5695,8	5743,5
материалы строительные	7452,8	7040,4
Ювелирные изделия	3970,4	3057,9
комбикорм	65,7	0
фуражное зерно	150	154,5
отруби	884,6	2118,6
печатные издания	1229,4	353,1
Прочие непродовольственные товары	27085,7	36756,9
Всего товаров	**395306,0**	**448485,0**

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Расчет по методике АВС

Наименование товара	факт т/об.		среднее значение	доля в РТО	доля с нарастающим итогом
	2014	2015			
Водка и ликероводочные издел.	51406	57056,8	108462,8	12,85	12,85
Прочие продовольственные товары	35925,6	37365,3	73290,9	8,69	21,54
Прочие непродовольственные товары	27085,7	36756,9	63842,6	7,57	29,11
Кондитерские изделия	31631,7	32204,8	63836,5	7,57	36,67
Мясо и птица	26267,3	26599,2	52866,5	6,27	42,94
Хлеб и хлебобулочные изделия	24210,4	27084,6	51295	6,08	49,02
Табачные изделия и махорка	18791,6	23173,6	41965,2	4,97	53,99
Пиво	18356,8	23591,8	41948,6	4,97	58,96
Колбасные изделия и копчености всякие	18332,2	21450,8	39783	4,71	63,68
Плоды	14680,9	19178,1	33859	4,01	67,69
Молоко и молочная продукция	14600,9	15619,5	30220,4	3,58	71,27
безалк напитки	10392,7	17682	28074,7	3,33	74,60
материалы строительные	7452,8	7040,4	14493,2	1,72	76,31
Мебель	6464	7332,5	13796,5	1,64	77,95
Овощи	6743,3	6840,7	13584	1,61	79,56
Хозяйственные товары	5695,8	5743,5	11439,3	1,36	80,92
Мука	5608,4	5340,8	10949,2	1,30	82,21
Вино	4174	6158,3	10332,3	1,22	83,44
Чай натуральный	4371,6	5198	9569,6	1,13	84,57
Рыба и морепродукты пищевые	4277,3	4593,6	8870,9	1,05	85,62
швейные изделия	3440,9	4426,4	7867,3	0,93	86,56
обувь кожанная	4368,8	3426,9	7795,7	0,92	87,48
Сахар	3490,4	4226,8	7717,2	0,91	88,39
Масло растительное	3505,2	3844,4	7349,6	0,87	89,26
Ювелирные изделия	3970,4	3057,9	7028,3	0,83	90,10
консервы и пресервы рыбные	2242,2	2674,5	4916,7	0,58	90,68
парфюмерно-косметические изделия	2428,5	2466,8	4895,3	0,58	91,26
сыры	2123,3	2726,7	4850	0,57	91,84
консервы овощные	2333,1	2451,3	4784,4	0,57	92,40
Крупа и бобовые	2382	2212,4	4594,4	0,54	92,95
консервы фрук.	2194,7	2268,4	4463,1	0,53	93,48
Макаронные изделия	1764,8	2680,6	4445,4	0,53	94,00
верхний трикотаж	2165,2	2165,5	4330,7	0,51	94,52
бельевой трикотаж	1996,9	2184,8	4181,7	0,50	95,01
Масло животное	1915	2111,1	4026,1	0,48	95,49
яйцо	1679,3	2036,8	3716,1	0,44	95,93
Синтетические моющие средства	1749,2	1756,1	3505,3	0,42	96,34
чулочно-носочные изделия	1606,4	1784,5	3390,9	0,40	96,75
Игрушки	1535,8	1609,1	3144,9	0,37	97,12
Коньяк	1457,9	1672,1	3130	0,37	97,49
отруби	884,6	2118,6	3003,2	0,36	97,85

ткани	1445,7	1483,7	2929,4	0,35	98,19
школьно-письменные принадлежности	1143,7	1154,9	2298,6	0,27	98,47
Шампанское	892,3	937,5	1829,8	0,22	98,68
Маргариновая продукция	833,2	946,6	1779,8	0,21	98,89
Картофель	1115,5	556	1671,5	0,20	99,09
печатные издания	1229,4	353,1	1582,5	0,19	99,28
обувь резиновая	693	854,3	1547,3	0,18	99,46
Соль	584	545,3	1129,3	0,13	99,60
Часы	489,2	495,2	984,4	0,12	99,71
Консервы мясные	413,4	177,6	591	0,07	99,78
морзильники бытовые	149,6	201,9	351,5	0,04	99,82
мыло туалетное++	93,9	226,3	320,2	0,04	99,86
фуражное зерно	150	154,5	304,5	0,04	99,90
холодильники бытовые	68,2	169,4	237,6	0,03	99,93
мыло хозяйственное	74,4	102,6	177	0,02	99,95
машины стиральные	69,4	79,5	148,9	0,02	99,97
электропылесосы	51,9	84	135,9	0,02	99,98
комбикорм	65,7	0	65,7	0,01	99,989
Велосипеды и мотоциклы	6,8	49,7	56,5	0,01	99,996
Ковры и ковровые изделия	30	0	30	0,004	99,9996
радиоприемные устройства	3,1	0	3,1	0,0004	100,0000

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Расчет по методике XYZ

Наименование товара	факт т/об.		среднее значение	к-т вариации
	2014	2015		
верхний трикотаж	2165,2	2165,5	2165,35	0,01
Синтетические моющие средства	1749,2	1756,1	1752,65	0,2
Хозяйственные товары	5695,8	5743,5	5719,65	0,4
школьно-письменные принадлежности	1143,7	1154,9	1149,3	0,5
Часы	489,2	495,2	492,2	0,6
Мясо и птица	26267,3	26599,2	26433,25	0,6
Овощи	6743,3	6840,7	6792	0,7
парфюмерно-косметические изделия	2428,5	2466,8	2447,65	0,8
Кондитерские изделия	31631,7	32204,8	31918,25	0,9
ткани	1445,7	1483,7	1464,7	1,3
консервы фрук.	2194,7	2268,4	2231,55	1,7
Прочие продовольственные товары	35925,6	37365,3	36645,45	2,0
Игрушки	1535,8	1609,1	1572,45	2,3
Мука	5608,4	5340,8	5474,6	2,4
Шампанское	892,3	937,5	914,9	2,5
консервы овощные	2333,1	2451,3	2392,2	2,5
материалы строительные	7452,8	7040,4	7246,6	2,8
Молоко и молочная продукция	14600,9	15619,5	15110,2	3,4
Соль	584	545,3	564,65	3,4
Рыба и морепродукты пищевые	4277,3	4593,6	4435,45	3,6
Крупа и бобовые	2382	2212,4	2297,2	3,7
бельевой трикотаж	1996,9	2184,8	2090,85	4,5
Масло растительное	3505,2	3844,4	3674,8	4,6
Масло животное	1915	2111,1	2015,05	4,9
Водка и ликероводочные издел.	51406	57056,8	54231,4	5,2
чулочно-носочные изделия	1606,4	1784,5	1695,45	5,3
Хлеб и хлебобулочные изделия	24210,4	27084,6	25647,5	5,6
Мебель	6464	7332,5	6898,25	6,3
Маргариновая продукция	833,2	946,6	889,9	6,4
машины стиральные	69,4	79,5	74,45	6,8
Коньяк	1457,9	1672,1	1565	6,8
Колбасные изделия и копчености всякие	18332,2	21450,8	19891,5	7,8
Чай натуральный	4371,6	5198	4784,8	8,6
консервы и пресервы рыбные	2242,2	2674,5	2458,35	8,8
Сахар	3490,4	4226,8	3858,6	9,5
яйцо	1679,3	2036,8	1858,05	9,6
обувь резиновая	693	854,3	773,65	10,4
Табачные изделия и махорка	18791,6	23173,6	20982,6	10,4
обувь кожанная	4368,8	3426,9	3897,85	12,1
сыры	2123,3	2726,7	2425	12,4
Пиво	18356,8	23591,8	20974,3	12,5

швейные изделия	3440,9	4426,4	3933,65	12,5
Ювелирные изделия	3970,4	3057,9	3514,15	13,0
Плоды	14680,9	19178,1	16929,5	13,3
морзильники бытовые	149,6	201,9	175,75	14,9
Прочие непродовольственные товары	27085,7	36756,9	31921,3	15,1
мыло хозяйственное	74,4	102,6	88,5	15,9
Вино	4174	6158,3	5166,15	19,2
Макаронные изделия	1764,8	2680,6	2222,7	20,6
электропылесосы	51,9	84	67,95	23,6
безалк напитки	10392,7	17682	14037,35	26,0
Картофель	1115,5	556	835,75	33,5
Консервы мясные	413,4	177,6	295,5	39,9
мыло туалетное++	93,9	226,3	160,1	41,3
холодильники бытовые	68,2	169,4	118,8	42,6
печатные издания	1229,4	353,1	791,25	55,4
Велосипеды и мотоциклы	6,8	49,7	28,25	75,9