

УДК 339.1
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ
АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКОЙ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Л.Г.КОЗЛОВА

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Формирование торгового ассортимента является одной из основных функций деятельности торгового предприятия. Успешная реализация её определяет уровень конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятия.

Управление ассортиментной политикой включает в себя мероприятия по планированию и реализации этих планов, анализу и контролю за формированием ассортимента торгового предприятия.

Формирование торгового ассортимента производится коммерческой службой на основе требований покупателей, т.е. данный процесс подвержен влиянию человеческого фактора. Субъективные факторы восприятия ассортиментной политики негативно влияют на формирование товарного ассортимента. Не найдя необходимого товара, покупатель может отказаться посещать торговое предприятие. Ассортимент - значимый фактор для покупателя. Принимая во внимание этот факт, с целью совершенствования методов управления ассортиментом можно провести анализ торгового ассортимента с использованием методик ABC и XYZ.

Сущность ABC-анализа строится на основании принципа Парето: «за большинство возможных результатов отвечает относительно небольшое число причин», в настоящий момент более известного как «правило 20 на 80». Благодаря своей универсальности и эффективности данный метод анализа получил большое развитие. Результатом ABC анализа является группировка объектов по степени влияния на общий результат.

Необходимо творчески подходить к определению объектов и параметров анализа, т.е. не бояться экспериментировать, а, сгруппировав товары по одному параметру, необходимо сопоставить полученный результат с другими параметрами. В качестве параметра сравнения может быть использован удельный вес ассортиментных групп товаров в розничном товарообороте с нарастающим итогом.

Для торговых предприятий с широким ассортиментом товаров (универмаги, супермаркеты, гипермаркеты) наибольшее число ассортиментных групп включается в группу С, т.е. существует определенное количество групп, которые определяют развитие розничного товарооборота, и большое количество групп, которые являются дополняющими к основным группам, но при этом занимают небольшой удельный вес в товарообороте.

Такой подход к формированию ассортимента обеспечивает широту и глубину ассортимента реализуемых товаров. Эти параметры торгового ассортимента обеспечивают высокую степень удовлетворения потребностей потребителей. Причём в настоящее время приоритеты покупателей при выборе торгового предприятия с целью совершения покупок склоняются именно к разнообразию ассортимента, т.е. его глубине.

Сравнение структуры ассортимента проводилось за два отчётных года. Выяснилось, что группа А не многочисленна и включает только 8 позиций. Однако это важнейшие товары, составляющие 64 — 66 % розничного товарооборота. Группа В включает 6 позиций и занимает 14 — 15 % розничного товарооборота. Товары, отнесенные в группу С составляют большую часть ассортиментного перечня и относятся ко второстепенным.

Метод ABC имеет существенный недостаток, заключающийся в отсутствии учета динамики спроса. В этом случае его результаты необходимо дополнить данными XYZ-анализа. XYZ-анализа позволяет классифицировать товары в зависимости от характера спроса с учетом сезонной динамики. Применение XYZ-анализа показывает, насколько устойчив спрос на тот или иной товар. Цель XYZ – анализа – дифференциация товаров в ассортименте по группам в зависимости от равномерности спроса и точности прогнозирования.

В результате проведения XYZ-анализа ассортиментные группы были сформированы в 3 категории. Категория X - это группа товаров, которая характеризуется стабильной величиной потребления и высокой точностью прогноза срока потребления. К категории Y относятся товары, потребность в которых характеризуется сезонными колебаниями и средними возможностями их прогнозирования. К категории Z относятся товары, которые характеризуются нестабильным спросом и практически не поддаются прогнозированию. Совмещение ABC- и XYZ-анализа, позволяет получить два параметра: товарооборот и постоянство спроса. Таким образом, можно контролировать оборотные средства, в том числе и товарные запасы более разумно, т.е. отслеживать отсутствие товаров из групп AZ и BZ чаще, чем из групп CX - CY - CZ.

Управление ассортиментной политикой торгового предприятия с использованием методов ABC- и XYZ-анализа позволяет не только повысить степень удовлетворенности покупателей за счёт увеличения параметров глубины и широты ассортимента, но и не допустить «оседания» товарных запасов в неликвидных группах. Это позволяет обеспечить ускорение оборачиваемости оборотных средств за счёт более рационального формирования товарных запасов и повысить эффективность деятельности торгового предприятия.