

МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. С.Ю.ВИТТЕ

# **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА НА ТЕМУ:**

Формирование оптимального торгового  
ассортимента - основа эффективной коммерческой  
деятельности в организации розничной торговли (на  
примере магазина АО «ТАНДЕР» Гипермаркет  
«Магнит»)

**Выполнила:** студентка  
группы КОМ-610-18  
Колдомасова А.С.

**Научный руководитель:** к.  
н.э., доцент Коробкова Н.А.

## Методология исследования



## Особенности управления товарным ассортиментом в розничной торговой организации

Таблица 1. Основные направления в исследовании рынка

Наименование	Содержание
Исследование рынка	<b>Анализ спроса</b> и предложения составление <b>стратегии</b> на дальнейшее развитие
Сегментация рынка	<b>Изучения</b> объемов продаж
Анализ конкурентов	<b>Исследование ассортимента</b> продукции <b>конкурентов</b> . <b>Анализ</b> сильных и слабых сторон
Анкетирование покупателей	<b>Изучение спроса</b> на <b>новый</b> ассортимент продукции

## Особенности управления товарным ассортиментом в розничной торговой организации



Рисунок 1 – Сегментация рынка

## Принципы формирования прибыли и связь её с ассортиментной политикой

Таблица 2. Основные характеристики ассортимента

Наименование	Содержание
Широта товарного ассортимента	<b>количество</b> видов, разновидностей, наименований товаров <b>однородных и разнородных групп; общее число</b> ассортиментных групп. <b>Ассортимент</b> может быть <b>слишком узким</b> , если можно увеличить прибыль, дополнив его новыми изделиями или <b>слишком широким</b> , если увеличение доходов возможно при отказе от некоторых товарных позиций. <b>Широта</b> выступает в качестве одного из <b>критериев конкурентоспособности</b> фирмы, а также косвенным <b>показателем</b> насыщенности товарного рынка.

## Принципы формирования прибыли и связь её с ассортиментной политикой

Продолжение таблицы 2

Глубина товарного ассортимента	<p><b>способность</b> удовлетворять <b>потребности</b> различных <b>покупательских сегментов рынка</b> по одному товару, позволяющая более рационально использовать торговые площади, предлагать более <b>широкий диапазон</b> цен, препятствовать появлению конкурентов; это количество различных вариантов исполнения товара в рамках отдельной ассортиментной группы, имеющих <b>общую базовую функцию</b>, различающихся качеством и набором дополнительных характеристик; число ассортиментных групп внутри каждой конкретной группы. В то же время <b>углубление ассортимента</b> ведет к <b>увеличению расходов</b> на <b>поддержание</b> оптимальных товарных запасов, <b>модификацию</b> товарной продукции и саму <b>реализацию товаров</b></p>
--------------------------------	---

# Принципы формирования прибыли и связь её с ассортиментной политикой

Продолжение таблицы 2

Насыщенность ассортимента	общее <b>число</b> товарных единиц, представленных по <b>каждому варианту исполнения</b> отдельного товара
Обновление ассортимента	<p>способность <b>удовлетворять изменившиеся потребности</b> за счет новых товаров. <b>Новизна</b> (<math>K_H</math>) характеризуется -отношением (Н) к (<math>Ш_D</math>)</p> $K_H = H / Ш_D * 100\%$ <p>(Н) - количеством новых товарных позиций в общем перечне и степенью обновления  (<math>Ш_D</math>) - общему числу наименований товарной номенклатуры розничного торгового предприятия</p>

## Принципы формирования прибыли и связь её с ассортиментной политикой

Таблица 3. Группы ассортимента товаров

Наименование	Содержание
Основная	товары, находящиеся в <b>стадии роста</b> и приносящие основную долю прибыли
Поддерживающая	стадия зрелости - <b>стабильные доходы</b> от продаж
Стратегическая	товары, призванные обеспечить <b>будущие доходы</b> торгового предприятия
тактическая	Товары которые находятся в <b>стадии упадка</b>

## Факторы, определяющие построение торгового ассортимента

Таблица 4. Показатели ассортимента

Наименование	Содержание
Широта ассортимента	количество групп и подгрупп товаров. По их удельному весу в товарообороте и запасах различают ассортиментную структуру специализированных и универсальных магазинах
Глубина Ассортимента	количество видов и разновидностей товаров внутри групп и подгрупп в ассортименте магазина
Структура ассортимента	соотношение групп и подгрупп, видов и разновидностей товаров в ассортименте магазина
Полнота ассортимента	соответствие фактического наличия товаров в магазине утверждённому ассортиментному перечню
Обновляемость ассортимента	пополнение ассортимента новыми разновидностями товаров в соответствии с ассортиментной политикой предприятия
Формирование ассортимента	процесс определения набора товарных групп, видов и разновидностей, наиболее предпочтительного для успешной работы и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности организации

# Краткая характеристика ОА «ТАНДЕР» Гипермаркет «Магнит»

«Магнит» является одной из **ведущих розничных сетей** в России по торговле продуктами питания, **лидером по количеству магазинов** и географии их расположения.

Основным видом деятельности предприятия является:

-Розничный гипермаркет.

«Магнит» – единственный российский продуктовый ритейлер, который самостоятельно производит продукты питания.

В контуре компании действуют 13 пищевых и 4 агропромышленных производства, которые расположены в:

- Краснодарском крае,
- Московской, Саратовской,
- Тверской,
- Самарской,
- Липецкой областях,
- Республике Башкортостан.

# Краткая характеристика ОА «ТАНДЕР» Гипермаркет «Магнит»

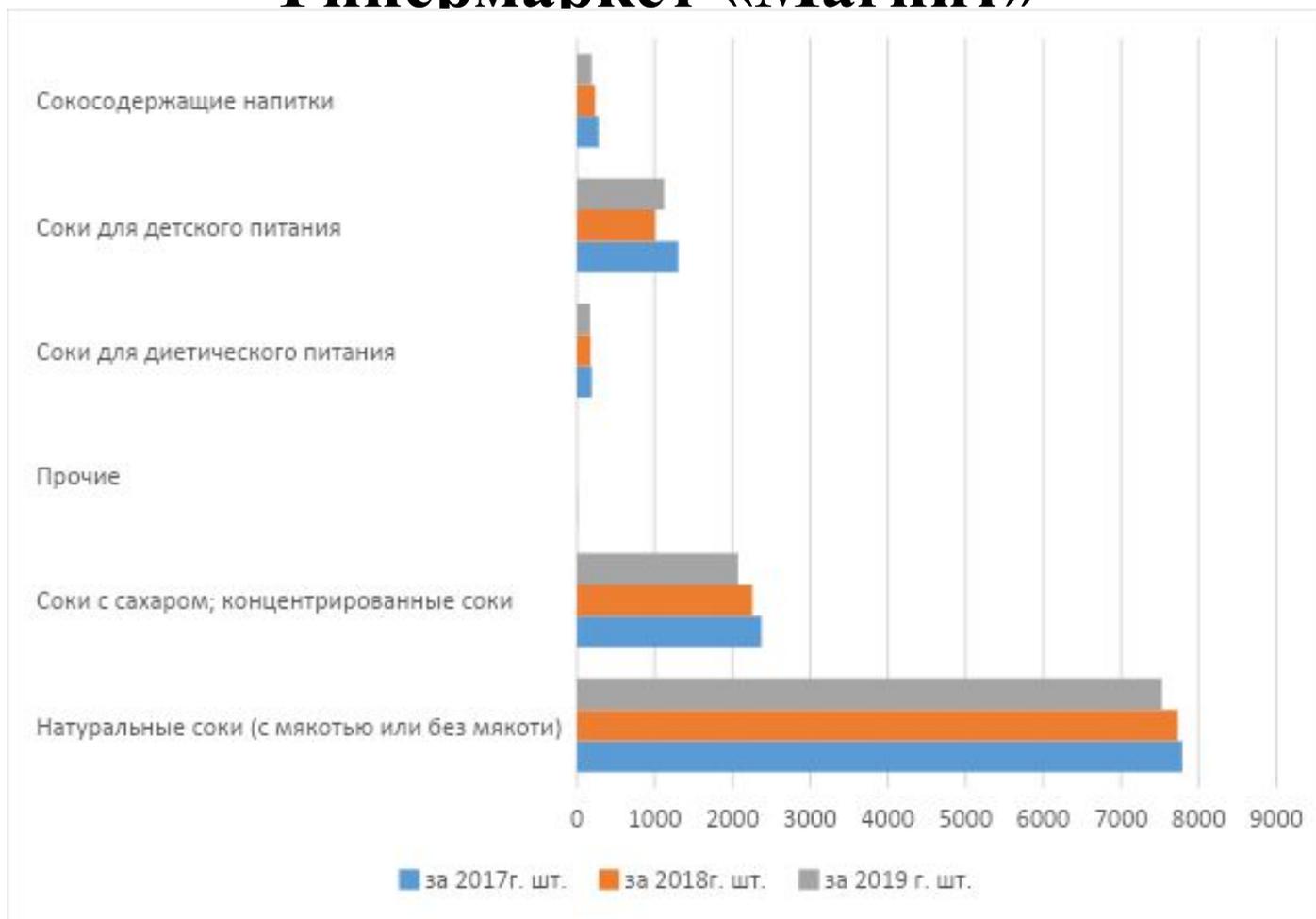


Рисунок 3 – Продажа готовой продукции за период с 2018-2020 г. предприятием

# Анализ влияния структуры товарного ассортимента

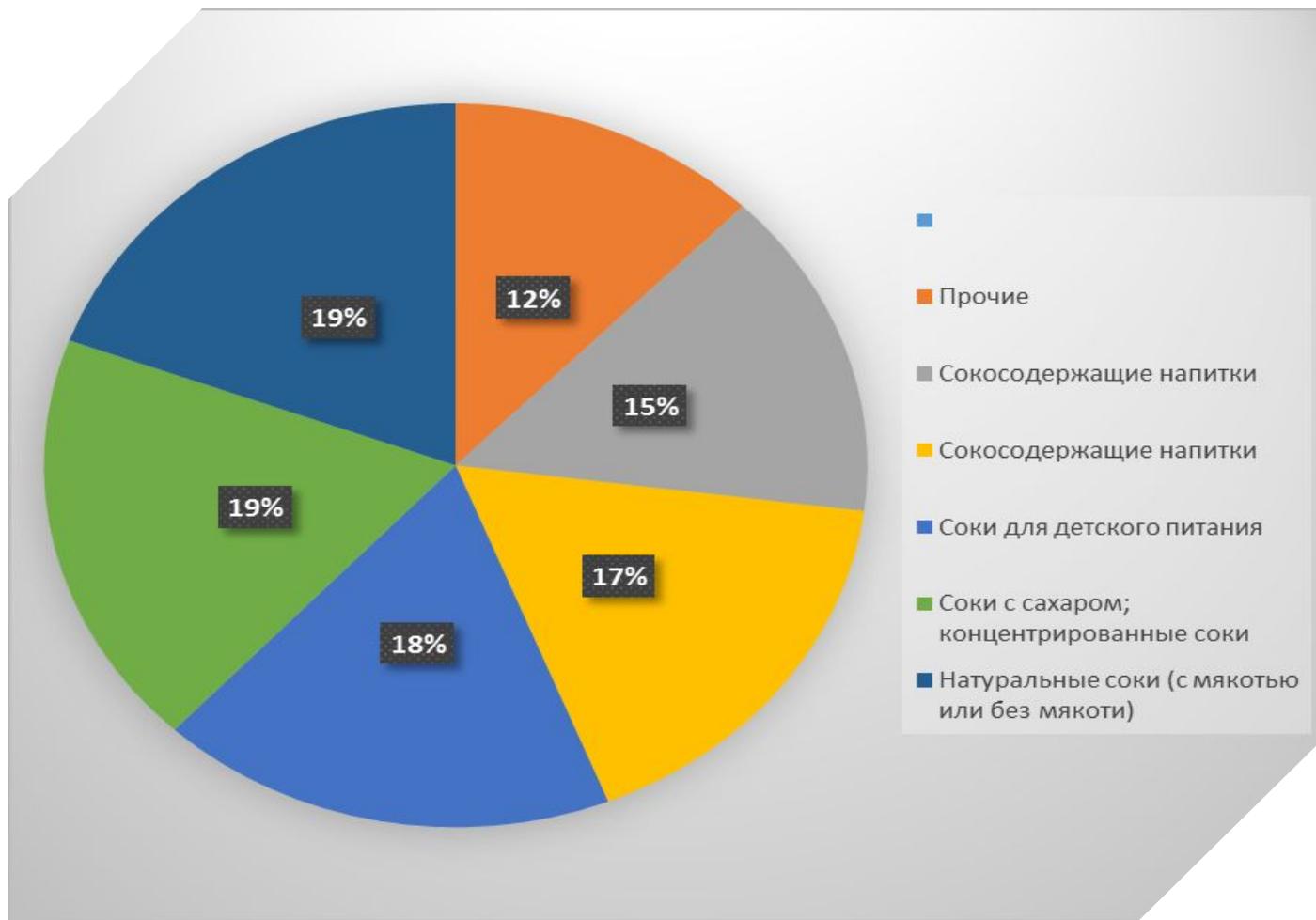


Рисунок 4 – Структура номенклатуры

# Мероприятия по совершенствованию управления товарным ассортиментом



Рисунок 6 – Дерево проблем магазина «Магнит»

## Мероприятия по совершенствованию управления товарным ассортиментом

- улучшить условия хранения товаров во избежание порчи продуктов, для этого необходимо дополнительно приобрести **крупногабаритное холодильное оборудование;**

- в связи с постоянными очередями, чтобы увеличить пропускную способность покупателей, а также с учетом пожеланий самих покупателей, необходимо подумать **об изменении существующего метода продажи** в магазине на **метод самообслуживания**. Конечно, реорганизация торгового зала магазина в зал самообслуживания потребует некоторых материальных затрат;

## Мероприятия по совершенствованию управления товарным ассортиментом

- проводить маркетинговые исследования;
- наладить более **равномерную поставку товаров** от поставщиков;
  - обратить особое внимание на **условия выполнения договорных обязательств**;
  - обратить внимание на **уровень квалификации работников склада**;
  - **повысить уровень организации труда**;
  - **обеспечить жесткий контроль** над всеми показателями, влияющими на **объем продаж**

***БЛАГОДАРЮ ЗА  
ВНИМАНИЕ!***

The background features a large blue wave-like shape on the right side. To its left is a pattern of small grey dots. In the bottom right corner, there is a colorful geometric shape composed of overlapping triangles in shades of orange, yellow, and red.