

Государственное бюджетное профессиональное образовательное  
учреждение Самарской области  
«САМАРСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**Тема:** Оптимизация ассортиментной политики на коммерческом предприятии.

**Студент-дипломник** Талалайкина Валерия Владиславовна

**Форма обучения** заочная; **группа** 3 КТ

**Специальность:** 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

**Квалификация:** менеджер

**Руководитель** Белова Татьяна Михайловна

**Рецензент**

**Самара 2016 г.**

Цель дипломной работы :  
анализ и оценка формирования реального и прогнозируемого ассортимента, максимально приближающегося к рациональному для получения запланированной прибыли на основе деятельности предприятия торговли.

- ◎ Актуальность темы -заключается в важности сбалансированного и рационального ассортимента, удовлетворяющего потребности клиентов, так как именно ассортимент является ключевым фактором, обуславливающим выбор магазина покупателями и степень их приверженности к нему, а также процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров в соответствии со спросом населения с целью более полного удовлетворения напрямую формирует получение максимально запланированной прибыли.

# Задачи дипломной работы

- ◎ - установление реальных и предполагаемых потребностей в определенных товарах ;
- ◎ -определение основных показателей ассортимента и анализ его рациональности;
- ◎ -выявление источников товарных ресурсов, необходимых для формирования рационального ассортимента;
- ◎ -оценка материальных возможностей оптового предприятия для реализации отдельных товаров оптовым покупателям;
- ◎ - определение основных направлений формирования и оптимизации ассортиментной политики.

# Предмет, объект исследования

- Объектом исследования является гипермаркет ООО «Метро кэш энд Керри».
- Проблема исследования: при наличии хорошо поставленной надежно-продуманной системы организации оптимизации ассортиментной политики по активному сбыту товаров предприятие может эффективно осуществлять свою деятельность и быть конкурентоспособным на занимаемой им рыночной нише.
- Методы исследования. В работе использованы методы системного анализа и подхода к решению проблемы. На разных этапах работы в ней использовались: методы теоретического анализа, обобщения, сравнения, статистические методы обработки результатов исследований и экспертной оценки. Для обработки результатов работы использованы методы анализа; в работе использовались программные продукты операционной среды Windows (Word, Excel, Visio).
- Предметом исследования служат информационные источники и документы практической деятельности, определяющие направление развития ассортимента товаров и покупательского спроса населения, ассортиментной политики данного торгового предприятия.
- Поиск материалов по открытым источникам. Отчеты исследовательских агентств. Материалы профессиональных изданий (СМИ). Информационно – аналитические порталы, посвященные оптимизации ассортиментной политики. Материалы гипермаркета «Метро Кэш энд Керри».
- Практическая значимость – применение знаний по оптимизации и формированию ассортиментной политики, предлагается карта эффективности использования торговых площадей по оптимизации ассортимента , рассматривается предложение «Дифференциация ассортимента по методу ABC»:

Объектом дипломного проекта является  
Компания «METRO Cash & Carry»

МЕТРО Кэш энд Керри Интернэшнл - крупнейшая  
управляющая компания



# Расчет финансовых показателей ликвидности

Показатель	Расчет показателя	Полученный результат
Текущее отношение ликвидности к сумме долговых обязательств.	$\text{Коэф.} = \frac{Оф}{Ск} = \frac{145 \text{ т. у. е.}}{350 \text{ т. у. е.}} * 100$ <p>Л – ликвидность, т.е. сумма имеющихся наличных средств и поступающих платежей; До – текущие долговые обязательства.</p>	1760,12
Отношение оборотного капитала к краткосрочным обязательствам.	$\text{Коэф.} = \frac{Коб.}{Ск} = \frac{125 \text{ т. у. е.}}{350 \text{ т. у. е.}} * 100$ <p>Об.к – оборотный капитал; Коб. - краткосрочные обязательства.</p>	2,3
Отношение текущих краткосрочных обязательств к собственному капиталу (в %).	$\text{Коэф.}(\%) = \frac{Об.к}{Коб.} = \frac{457 \text{ т. у. е.}}{195 \text{ т. у. е.}}$ <p>Коб. - текущие краткосрочные обязательства; Ск – собственный капитал.</p>	35,7%
Отношение основных фондов к собственному капиталу (в %).	$\text{Коэф.}(\%) = \frac{Л}{До} = \frac{26019,04 \text{ у. е.}}{150 \text{ у. е.}}$ <p>Оф – основные фонды; Ск – собственный капитал.</p>	41,4%

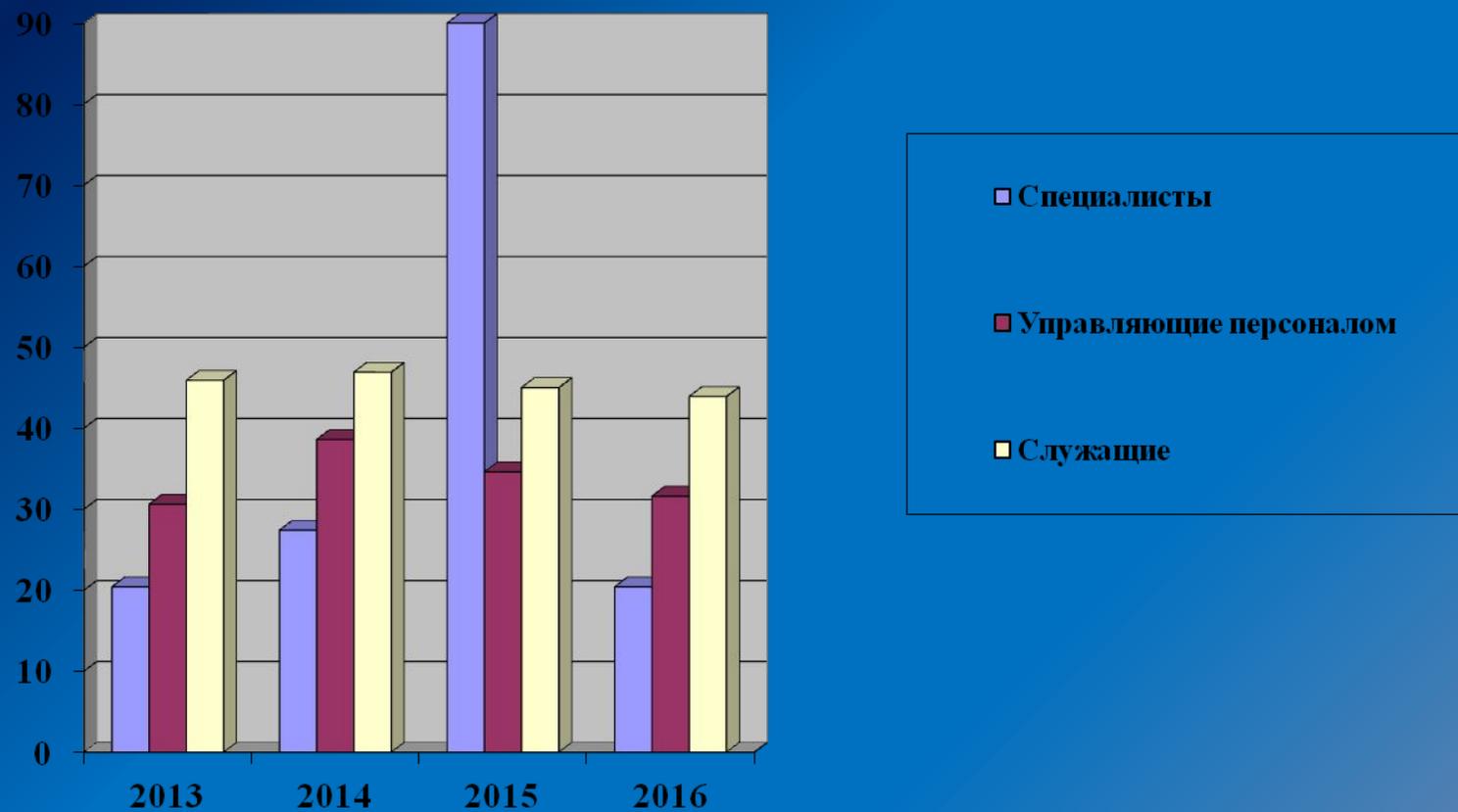
○ Показатели финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия ООО «Метро Кэш энд Керри»

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение
Товарооборот в тыс. руб.	5806812	7342728	+1535916
Сумма валового дохода в тыс. руб.	1289796	1667709	+377913
Уровень валового дохода в %	22,21	22,71	+0,5
Рентабельность деятельности (в%)	4,18	2,57	-1,61

# Номенклатура издержек обращения за 2015 год.

п/п	Наименование статьи	Ед. изм.	Сумма в тыс. руб.	Уровень в процентах к выручке	Удельный вес в процентах
1	Расходы по продажам (всего), в т.ч. по элементам:	Тыс.	(923074)	3,53	49,4
2	Транспортные расходы	Тыс.	843975	2,87	40,2
3	Зарплата, включая страховые отчисления	Тыс.	42156	0,31	4,4
4	Расходы по содержанию (аренда, вода, электроэнергия, охрана и др.)	тыс. руб.	28035	0,26	3,7
5	Реклама	Тыс.	4643	0,7	0,97
6	Прочие (по управлению, командировки и страхованию )	Тыс.	4265	0,008	0,1
7	Уровень затрат	%	22,4	0,08	1,23

## Динамика торгово-производственного персонала ООО «МЕТРО Cash & Carry»



**«Проблемные» поставщики отдела «Молочная гастрономия» (потери и % выполнения поставки)  
за апрель 2016 года**

<i>Поставщики отдела "Молочная гастрономия" (потери и % выполнения) за апрель</i>				
<b>ПОСТАВЩИКИ</b>	<i>заказ</i>	<i>поставка</i>	<i>%</i>	<i>потери</i>
Поставщик: Лианозово- Самара	920700	914606.08	99,34	-6093,92
Поставщик: Самаралакто	1048167.55	852097.91	81,29	-917797
Поставщик: Данон	1073729.56	770233.93	71,73	-955884
Поставщик: Далимо	350435.48	220690.38	62,98	-316670
Поставщик: ТД Кошкинский	191807.25	142267.19	74,17	-170040
Поставщик: Молторгтрест	40953.8	31870.55	77,83	-36078
Поставщик: Гек- Самара	14071.32	11912.76	84,66	-12249
Поставщик: Лакталис Восток	49904.38	48259.56	96,70	-42521
Поставщик: Продукт- Сервис	239766.14	131598.64	54,89	-219632
<b>ИТОГО</b>	<b>3929535,46</b>	<b>3123537</b>	<b>79,49</b>	<b>-2676964,92</b>

# Методы, применяемые для оптимизации ассортимента в ООО «МЕТРО Cash & Carry»

Метод анализа	Задачи, для которых используется данный метод	Периодичность проведения анализа
Анализ динамики товарооборота, прибыли, средней суммы покупки и количества покупок по дням недели	<p>Определение тенденций развития гипермаркета.</p> <p>Определение товарных групп- «магнитов» и товарных групп-«паразитов», корректировка ассортимента и ценовой стратегии в плохо работающих группах.</p> <p>Оценка эффективности проведенных мероприятий.</p>	<p>При оценке сезонности и определении тенденций развития гипермаркета динамику за квартал графически представляют на одном листе</p>
Анализ сумм и структуры чеков	<p>2. Оценка ассортимента и ценовой политики магазина.</p> <p>3. Выделение групп покупателей магазина и анализ покупательских корзин (состав чеков различных групп покупателей).</p> <p>4. Анализ наиболее часто встречающихся позиций в чеках (наиболее крупных чеках, чеков различных групп покупателей, чеках в какое-либо время суток).</p> <p>5. Выделение совместно покупаемых товаров.</p>	<p>Ежемесячно (при проведении анализа реже, чем раз в месяц, данные для анализа структуры чеков берутся по месяцам, а не в целом за период).</p>
Анализ структуры товарооборота и прибыли (ABC – анализ)	<p>1. Определения значения товарных групп, подгрупп, марок для магазина. Выбор методов работы с каждой группой, подгруппой, марками.</p> <p>2. Оптимизация ассортимента (оценка необходимости углубления ассортимента по каким-либо направлениям или выведения товарных позиций).</p> <p>3. Распределение площадей и полочного пространства.</p> <p>4. Разработка нормативов места для товарных групп при внедрении сетевых стандартов.</p>	<p>Ежеквартально.</p>
XYZ-анализ	<p>Позволяет оценивать стабильность продаж товарных групп или отдельных товаров и сравнивать стабильность продаж товаров различного типа спроса, различных ценовых категорий и различной оборачиваемости.</p> <p>Применяется для определения значения товарной группы (товара) и выбора соответствующих методов работы, определения норматива товарного запаса и частоты заказа товара.</p>	<p>Ежемесячно.</p>
Анализ эластичности площади	<p>Оценка эффективности изменений планировки и/или выкладки, проведенных в магазине.</p>	<p>По товарным группам и подгруппам - после изменений.</p> <p>По маркам – возможно ежеквартально.</p>



К основным достоинствам организации можно отнести:

- наличие обособленного и отвечающего всем требованиям помещения магазина;
- широкий ассортимент товаров;
- высококвалифицированный персонал;
- постоянное обновление ассортимента;
- высокий уровень обслуживания;
- товар высокого качества;
- широкий диапазон цен;
- гарантия качество;

## Разработка практических предложений для внедрения

-По результатам проведенного исследования внесены предложения:

--предложена карта эффективности использования торговых площадей по оптимизации ассортимента гипермаркета с учетом произведенного расчета коэффициента как отношение доли товарной группы в товарообороте (в %) к доле этой группы в занимаемой площади (в %).

--необходимо наладить скоординированную работу с проблемными поставщиками и потребителями с использованием современных электронных средств связи;

- внедрить рационализировать структуру торгово- технологического процесса в направлении предметно- замкнутых участков и поточных линий;

-- точно соблюдать сроки поставок, оплату за товар и уровень качества поставляемых товаров;

- подготовить высококвалифицированных работников- универсалов;

- внедрить организацию контроля за формированием ассортимента и управления запасами проводить по методу «Дифференциация ассортимента по методу ABC»:

**Спасибо за внимание !**

**Спасибо за внимание**