

УДК 334.7
ББК 65.9(2)29
А-98

Ашинова Марина Казбековна, профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры финансов и кредита ФГБОУ ВПО «Майкопский государственный технологический университет»; e-mail: ashinova_m@mail.ru;

Чиназирова Светлана Казбековна, доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления ФГБОУ ВПО «Адыгейский государственный университет»; e-mail: svetlana.9992015@yandex.ru;

Хут Саният Юнусовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов Краснодарского кооперативного института (филиал) автономной некоммерческой организации высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации».

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА (рецензирована)

В статье проанализированы способы, способствующие расширению товарного ассортимента выпускаемой продукции предприятия. Выявлены факторы, способствующие расширению товарного ассортимента. Для определения путей совершенствования ассортимента, проведен анализ его номенклатуры, и доля каждого продукта в общем объеме, проанализирована рентабельность по каждой позиции товарных групп. Кроме того, для выяснения предпочтений потребителей в отношении продукции ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» проведен анкетный опрос потребителей. Представлена обновленная номенклатура продукции и доля каждого продукта в общем объеме продаж ЗАО Молкомбинат «Адыгейский», и рассчитан экономический эффект предлагаемых мероприятий.

Ключевые слова: ассортимент продукции, товарная политика, оптимальный ассортимент, конкуренты, потребитель, объемы продаж, рентабельность продукции.

Ashinova Marina Kazbekovna, Doctor of Economics, professor, professor of the Department of Finance and Credit of FSBEI HPE «Maikop State Technological University»; e-mail: ashinova_m@mail.ru;

Chinazirova Svetlana Kazbekovna, Candidate of Economics, associate professor, assistant professor of the Department of Economics and Management of FSBEI HPE «Adygh State University»; e-mail: svetlana.9992015@yandex.ru;

Huht Saniyat Yunusovna, Candidate of Economics, associate professor of the Department of Economics and Finance of Krasnodar cooperative institute (branch) of the autonomous non-commercial organization of higher professional education of the «Russian university of cooperation».

IMPROVING THE ASSORTMENT POLICY OF THE ENTERPRISES OF THE REGION

(Reviewed)

The article analyzes the ways of contributing to the expansion of the product assortment of a company. The factors that contribute to the expansion of the product assortment have been revealed. To determine the ways to improve the assortment the analysis of its nomenclature has been made. The proportion of each product in total output has been defined; the profitability of each item of commodity groups has been analyzed. Moreover, to determine consumer preferences for products of the JSC Dairy Plant «Adyghean» a questionnaire survey of consumers has been conducted. Updated assortment of products and the share of each product in total sales of JSC Dairy Plant «Adyghean» has been presented.

Keywords: product range, product policy, optimal assortment, competitors, consumer, sales, product profitability.

Формирование оптимального ассортимента, способствующего оптимизации прибыли, сохранению желаемого уровня прибыли на длительный период времени, очень актуально для предприятий, стремящихся быть конкурентоспособными. В условиях конкуренции рынок путем регулирования спроса и предложения определяет необходимый ему ассортимент производимой продукции. Поэтому главной задачей предприятий, функционирующих в рыночных условиях, является удовлетворение существующего спроса лучше и эффективнее, чем конкуренты. При неоптимальной структуре ассортимента происходит снижение как потенциального, так и реального уровня прибыли, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках и, как следствие этого, наблюдается снижение экономической устойчивости предприятия. Для предотвращения этих последствий руководству предприятий в своей практической деятельности необходимо опираться на основные принципы формирования ассортимента [1, 42-45].

Одним из способов повышения эффективности работы предприятия является совершенствование ассортимента выпускаемой продукции.

С целью нахождения оптимальных путей для улучшения ассортиментной политики ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» необходимо проанализировать состояние товарного ассортимента предприятия.

Товарный ассортимент характеризуется широтой (количеством ассортиментных групп), глубиной (количеством позиций в каждой ассортиментной группе) [2, 49-51].

Выделим следующие ассортиментные группы: молоко (5 наименований), кисломолочные продукты (10 наименований), сметана (9 наименований), творог (6 наименований), масло животное (5 наименований), сыр (2 наименования), майонез (3 наименования). Таким образом, ассортимент выпускаемой продукции на ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» отличается относительной широтой и глубиной. Значительная доля позиций ассортимента приходится на молоко, кисломолочные продукты, сметану и творог.

Рассчитаем, какую долю в общем объеме продаж занимает каждый продукт и товарная группа (табл. 1).

Таблица 1 показывает, что значительная доля продаж приходится на следующие товарные группы: молоко, сметана, кисломолочная продукция.

В целях совершенствования товарного ассортимента необходимо проанализировать рентабельность по каждой позиции товарных групп. С этой целью, рассчитанные показатели фактической рентабельности продукции показаны в табл. 2 .

Таблица 2 наглядно показывает наиболее прибыльные и убыточные товары и товарные группы. Например, такие товарные группы как «масло животное» и «майонез» являются убыточными, а «сыр» – низкорентабельным. В то же время товарные группы «молоко» и «кисломолочная продукция» имеют сравнительно высокую рентабельность и приносят в сумме 5701740 руб. прибыли, что превышает общую сумму прибыли на 466740 руб.

В качестве главного конкурента рассмотрим ОАО Молочный завод «Гиагинский». Ассортимент выпускаемой продукции ОАО Молочный завод «Гиагинский» включает в себя следующие ассортиментные группы:

- Сыры сычужные жирные;
- Масло сливочное, спред;
- Сухая молочная сыворотка.

Рассчитаем, какую долю в общем объеме продаж занимает каждый продукт и товарная группа (табл. 3).

Данные табл. 3 свидетельствуют о том, что в структуре производства молочной продукции ОАО Молочный завод «Гиагинский», основную долю (если в расчет брать объем производства в натуральном измерении) составляет именно масло животное (35,92 %) и сыры жирные (46,98 %).

Сравнивая объемы производства и ассортимент ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» и ОАО Молочный завод «Гиагинский» мы видим, что при сравнительно равных объемах производства молочной продукции (6507,53 тонн и 6853,1 тонн соответственно), структура производимой продукции значительно отличается. Наибольшая доля продаж ЗАО Молкомбинат «Адыгейский», приходится на такие товарные группы, как молоко, сметана и кисломолочная продукция, тогда как, ОАО Молочный завод «Гиагинский», продукцию данных товарных групп не производит. В то же время, лидеры продаж ОАО Молочный завод «Гиагинский», сыры жирные и масло животное, составляют в сумме 82,9% от общего объема продаж, а та же продукция, в общем объеме продаж ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» составляет 2,31%.

Таблица 1 - Номенклатура продукции и доля каждого продукта
в общем объеме продаж ЗАО Молкомбинат «Адыгейский»

№	Наименование продукции	Объем продаж, тонн	Доля в общем объеме, %
1	Сыр адыгейский свежий	13,015	0,2
2	Сыр адыгейский копченый	0,651	0,01
	Итого сыр	13,666	0,21
3	Молоко в пл. 3,2%	108,025	1,66
4	Молоко фляж. 3,2%	158,784	2,44
5	Молоко фторир. 3,2%	203,686	3,13
6	Молоко в пл. 2,5% Российское	2398,025	36,85
7	Молоко Лаго-Наки 3,5% 0,95	328,630	5,05
	Итого молоко	3197,149	49,13
8	Бифилюкс Лаго-Наки 2,5%	21,475	0,33
9	Кефир жир. 2,5% пл. 0,5	199,781	3,07
10	Кефир жир. 2,5% пл. 1	920,815	14,15
11	Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,95	194,575	2,99
12	Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,47 ст.	3,905	0,06
13	Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,2 ст.	11,063	0,17
14	Ряженка 2,5 жир.в пл. 0,5	342,296	5,26
15	Ряженка Лаго-Наки 2,5% 0,5 ст.	189,369	2,91
16	Айран 0,5	43,600	0,67
17	Айран 0,25	19,523	0,3
	Итого кисломолочная	1945,751	29,9
18	Сметана 20% весовая	22,776	0,35
19	Сметана 20% фас.в пл. 0,45	156,831	2,41
20	Сметана 20% фас.в пл. 0,25	82,646	1,27
21	Сметана 20% фас.в вед. 0,6	61,822	0,95
22	Сметана 20% стакан 0,47	191,972	2,95
23	Сметана 20% стакан 0,23	113,882	1,75
24	Сметана 15% стакан 0,47	163,339	2,51
25	Сметана 15% стакан 0,23	78,741	1,21
26	Сметана 15% ведро 0,6	5,857	0,09
	Итого сметана	877,866	13,49
27	Творог 18% весовой	13,015	0,2
28	Творог 18% фасов. 0,25	89,804	1,38
29	Творог 9% весовой	29,284	0,45
30	Творог 9% фасов. 0,25	53,362	0,82
31	Творог нежир. весовой	45,553	0,7
32	Творог нежир. фасов. 0,25	92,407	1,42
	Итого: творог	323,424	4,97
33	Масло, топленое фасов.	10,412	0,16
34	Масло крест, весовое	5,857	0,09
35	Масло крест, фас. 185 г в пер.	91,105	1,4
36	Масло крест, фол.	22,776	0,35
37	Спред растительно-сливочный 0,185	6,508	0,1
	Итого масло животное	136,658	2,1
38	Майонез 0,23 ст.	5,206	0,08
39	Майонез 0,45 ст.	5,206	0,08
40	Майонез 0,6	1,952	0,03
	Итого майонез	13,015	0,2
	Итого	6507,53	100

Таблица 2 - Оценка рентабельности продукции ЗАО Молкомбинат «Адыгейский»

Наименование продукции	Полная себестоимость, руб.	Выручка, руб.	Прибыль, руб.	Рентабельность продукции, %
Сыр адыгейский свежий	1593366	1609967	16600	1,04
Сыр адыгейский копченый	94336	91891	-2445	-2,59
Итого сыр	1687702	1701857	14155	0,84
Молоко в пл. 3,2%	1718888	1744009	25120	1,46
Молоко фляж. 3,2%	2076507	2222457	145950	7,03
Молоко фторир. 3,2%	3239321	3430386	191065	5,90
Молоко в пл. 2,5% Российское	34702566	36423223	1720657	4,96
Молоко Лаго-Наки 3,5% 0,95	5837554	6261370	423816	7,26
Итого молоко	47574837	50081445	2506608	5,27
Бифилукс Лаго-Наки 2,5%	375036	436420	61384	16,37
Кефир жир. 2,5% пл. 0,5	3111147	3532201	421053	13,53
Кефир жир. 2,5% пл. 1	14123289	14923601	800312	5,67
Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,95	3150630	3565062	414432	13,15
Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,47 ст.	67551	76305	8754	12,96
Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,2 ст.	210821	228983	18162	8,61
Ряженка 2,5 жир.в пл. 0,5	5261238	6075582	814344	15,48
Ряженка Лаго-Наки 2,5% 0,5 ст.	3256441	3667013	410572	12,61
Айран 0,5	669566	816584	147019	21,96
Айран 0,25	340203	439303	99101	29,13
Итого кисломолочная	30565922	33761055	3195132	10,45
Сметана 20% весовая	1234348	1262849	28501	2,31
Сметана 20% фас.в пл. 0,45	8510844	8741312	230468	2,71
Сметана 20% фас.в пл. 0,25	4497070	4647766	150696	3,35
Сметана 20% фас.в вед. 0,6	3889102	4038962	149861	3,85
Сметана 20% стакан 0,47	11096668	11194037	97368	0,88
Сметана 20% стакан 0,23	6757512	7046622	289110	4,28
Сметана 15% стакан 0,47	9956486	9838694	-117793	-1,18
Сметана 15% стакан 0,23	4892070	4953752	61682	1,26
Сметана 15% ведро 0,6	373918	376869	2951	0,79
Итого сметана	51208018	52100861	892843	1,74
Творог 18% весовой	1195924	1172396	-23527	-1,97
Творог 18% фасов. 0,25	8584790	8534799	-4991	-0,58
Творог 9% весовой	2332943	2318991	-13952	-0,60
Творог 9% фасов. 0,25	4306556	4420168	113612	2,64
Творог нежир. весовой	2875521	2958462	82940	2,88
Творог нежир. фасов. 0,25	5963148	6430817	467669	7,84
Итого творог	25258883	25835633	576750	2,28
Масло, топленое фасов.	2189864	2013505	-176359	-8,05
Масло крест, весовое	930556	840990	-89566	-9,63
Масло крест, фас. 185 г в пер.	14930002	13639271	-1290731	-8,65
Масло крест, фол.	3755064	3453757	-301307	-8,02
Спред растительно-сливочный 0,185	804512	715390	-89122	-11,08
Итого масло животное	22609997	20662913	-1947085	-8,61
Майонез 0,23 ст.	221597	220367	-1231	-0,56
Майонез 0,45 ст.	194847	192754	-2093	-1,07
Майонез 0,6	94196	94115	-81	-0,09
Итого майонез	510640	507236	-3404	-0,67
Итого	179416000	184651000	5235000	2,92

Таблица 3 - Номенклатура продукции и доля каждого продукта в общем объеме продаж ОАО Молочный завод «Гиагинский»

№	Наименование продукции	Объем продаж, тонн	Доля в общем объеме, %
1	Масло «Крестьянское» фас.	-	-
2	Масло «Крестьянское» мон.	-	-
3	Спред «Гиагинский» фас.	1816,1	26,71
4	Спред «Гиагинский» мон.	593,1	7,93
5	Масло топленое фас.	77,1	1,13
6	Масло топленое вес.	9,8	0,14
	Итого масло животное	2442	35,92
7	Сыр «Адыгейский»	850	12,5
8	Сыр «Адыгейский» Дарфреш	20,4	0,3
9	Сыр «Адыгейский» копч.	91,1	1,34
10	Сыр «Адыгейский» копч. Дарфреш	15,1	0,22
11	Сыр «Сулугуни»	625,4	9,2
12	Сыр «Сулугуни» Дарфреш	16,6	0,24
13	Сыр «Сулугуни» копч.	42	0,62
14	Сыр «Сулугуни» копч. Дарфреш	3	0,04
15	Сыр «Косичка» в/у	176,5	2,6
16	Сыр «Косичка» Дарфреш	7,1	0,1
17	Сыр «Косичка» копч. в/у	80,7	1,19
18	Сыр «Косичка» копч. Д/ф кр	9,5	0,14
19	Сыр «Косичка» копч. Дарфреш	39,3	0,58
20	Сыр «Чечил»	383,1	5,63
21	Сыр «Чечил» копч.	321,2	4,72
22	Сыр «Спагетти»	2,5	0,04
23	Сыр «Охотничий»	510,5	7,51
	Итого сыры жирные	3194	46,98
24	Казеин	52,0	0,76
25	Сыворотка сухая	236,1	3,47
26	Сыворотка обезжиренная	874,9	12,87
	Итого молочная сыворотка	1163	17,1
	Итого	6853,1	100

Учитывая вышеизложенное, и то, что сыры, производимые ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» являются низкорентабельными (0,81 %), а масло – убыточным, следует провести опрос потребителей с целью определения конкурентоспособности этой продукции. Также необходимо определить предпочтения потребителей в отношении молочных продуктов, входящих в другие товарные группы [3, 57-63].

Для выяснения предпочтений потребителей, в отношении продукции ЗАО Молкомбинат «Адыгейский», была составлена анкета и опрошено 200 человек потребителей. Выяснено, что из них продукцию ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» покупает 37 человек (около 18,5%).

Проанализировав результаты анкеты, на предмет конкурентоспособности отдельных нерентабельных товарных групп, на оценку качества сыра, производимого ЗАО Молкомбинат «Адыгейский», и аналогичную оценку качества сыра, производимого ОАО Молочный завод «Гиагинский», можно сделать вывод, что средняя оценка качества сыра, производимого ЗАО Молкомбинат «Адыгейский», по 10-бальной шкале составила 6,3 балла, в то

время, как сыр производства ОАО Молочный завод «Гиагинский» получил 8,7 балла.

Коэффициент конкурентоспособности сыра, производимого ЗАО Молкомбинат «Адыгейский»:

$$K_{\text{конк}} = \frac{K_{\text{кач}}}{K_{\text{цен}}} \quad (1)$$

где $K_{\text{кач}}$ – коэффициент качества

$$K_{\text{кач}} = \frac{6,3}{8,7} = 0,72$$

$$K_{\text{цен}} = \frac{145}{157} = 0,92$$

$$K_{\text{конк}} = \frac{0,72}{0,92} = 0,8$$

Таким образом, мы видим, что, несмотря на более низкую цену, сыр производимый, ЗАО Молкомбинат «Адыгейский», по сравнению с продукцией ОАО Молочный завод «Гиагинский», является неконкурентоспособным, а учитывая низкую рентабельность данного продукта, номенклатуру и долю в общем объеме производства, по нашему мнению, целесообразно исключить данную продукцию из ассортимента.

Аналогично проанализировав масло, изготавливаемое на ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» и на ОАО Молочный завод «Гиагинский», получили коэффициент конкурентоспособности равный 0,76. Таким образом, приходим к выводу, что данная продукция, также является неконкурентоспособной, к тому же, убыток по ней составляет 1947085 рублей. На наш взгляд, данная продукция также должна быть исключена из ассортимента.

Таким образом, исключив сыр и масло из ассортимента, мы сможем высвободить ресурсы, которые ранее шли на производство данных товаров, и увеличить объемы производства наиболее рентабельной продукции, что приведет к росту общей рентабельности продукции и соответственно росту прибыли предприятия. Анализ загрузки мощностей позволяет увеличить производство молока и кисломолочной продукции не привлекая дополнительных капитальных вложений (табл. 4).

Таблица 4 - Оценка загрузки мощностей ЗАО Молкомбинат «Адыгейский»

Наименование	Реальные мощности, т.	Возможные мощности, т.	Загрузка мощностей, %
ЦМП	17,144	100	17,14
Масло животное	0,463	2	23,15
Сметана	2,931	5	58,63
Сыр сычужный	0,046	0,5	9,14
Творог	1	1	100
Майонез	0,043	1	4,26

Предпочтения потребителей между продуктами внутри остальных товарных групп распределены следующим образом:

1. Молоко:

Молоко в пл. 3,2% – 3% потребителей;

Молоко фляж. 3,2% – 14% потребителей;

Молоко фторир. 3,2% – 15% потребителей;

Молоко в пл. 2,5% «Российское» – 58% потребителей;

Молоко «Лаго-Наки» 3,5% – 0,95-10% потребителей.

Для совершенствования структуры производства молока, учитывая предпочтения потребителей и рентабельность продукции, можно предложить уменьшить производство молока «Российского», и увеличить объемы фторированного молока и молока во фляге 3,2%.

2. Кисломолочная продукция:

Бифилюкс «Лаго-Наки» 2,5% – 3% потребителей;

Кефир жир. 2,5% пл. 0,5 – 11% потребителей;

Кефир жир. 2,5% пл. 1 – 36% потребителей;

Кефир «Лаго-Наки» 2,5% 0,95 – 12% потребителей;

Кефир «Лаго-Наки» 2,5% 0,47 ст – 1% потребителей;

Кефир «Лаго-Наки» 2,5% 0,2 ст – 1% потребителей;

Ряженка 2,5 жир. в пл. 0,5 – 20% потребителей;

Ряженка «Лаго-Наки» 2,5% 0,5 ст – 11% потребителей;

Айран 0,5 – 3% потребителей;

Айран 0,25 – 2% потребителей.

Для совершенствования структуры производства кисломолочной продукции, наиболее эффективным вариантом будет уменьшение объемов кефира жирного 2,5% в пленке (1 литр), и пропорционально увеличить объемы наиболее рентабельной продукции.

3. Сметана:

Сметана 20% весовая – 3% потребителей;

Сметана 20% фас. в пл. 0,45 – 21% потребителей;

Сметана 20% фас. в пл. 0,25 – 11% потребителей;

Сметана 20% фас. в вед. 0,6 – 12% потребителей;

Сметана 20% стакан 0,47 – 16% потребителей;

Сметана 20% стакан 0,23 – 18% потребителей;

Сметана 15% стакан 0,47 – 11% потребителей;

Сметана 15% стакан 0,23 – 7% потребителей;

Сметана 15% ведро 0,6 – 1% потребителей.

Для совершенствования номенклатуры производства сметаны, можно предложить, уменьшить объемы производства сметаны 20% и 15% в стакане по 0,47 л. и увеличить производство сметаны 20% в стакане по 0,23 л.

4. Творог:

Творог 18% весовой – 2% потребителей;

Творог 18% фасов. 0,25 – 20% потребителей;

Творог 9% весовой – 5% потребителей;

Творог 9% фасов. 0,25 – 20% потребителей;

Творог нежир. весовой – 19% потребителей;

Творог нежир. фасов. 0,25 – 34% потребителей.

Для совершенствования структуры творожной продукции необходимо уменьшить производство первых трех наименований и соответственно увеличить объемы трех последних.

Учитывая приведенные выше данные, для совершенствования товарного ассортимента ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» можно предложить следующие меры:

1. Исключить из ассортимента продукции ЗАО Молкомбинат «Адыгейский» следующую продукцию: сыры и животное масло, т.к. она является нерентабельной, неконкурентоспособной и занимает небольшую долю в общем объеме продаж ЗАО Молкомбинат «Адыгейский».

2. Увеличить объемы производства молока и кисломолочной продукции, т.к. данные товарные группы являются наиболее рентабельными.

3. Реструктуризировать номенклатуру выпускаемой продукции в соответствии с потребительскими предпочтениями и рентабельностью продукции.

После проведенных мероприятий, получаем обновленную номенклатуру производства продукции (табл. 5).

Таблица 5 - Обновленная номенклатура продукции и доля каждого продукта в общем объеме продаж ЗАО Молкомбинат «Адыгейский»

№	Наименование продукции	Объем продаж, тонн	Доля в общем объеме, %
1	Молоко в пл. 3,2%	115,509	1,46
2	Молоко фляж. 3,2%	539,041	6,79
3	Молоко фторир. 3,2%	577,544	7,28
4	Молоко в пл. 2,5% Российское	2233,172	28,13
5	Молоко Лаго-Наки 3,5% 0,95	385,030	4,85
	Итого молоко	3850,296	48,50
6	Бифиллокс Лаго-Наки 2,5%	86,214	1,09
7	Кефир жир. 2,5% пл. 0,5	316,117	3,98
8	Кефир жир. 2,5% пл. 1	1034,565	13,03
9	Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,95	344,855	4,34
10	Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,47 ст.	28,738	0,36
11	Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,2 ст.	28,738	0,36
12	Ряженка 2,5 жир.в пл. 0,5	574,758	7,24
13	Ряженка Лаго-Наки 2,5% 0,5 ст.	316,117	3,98
14	Айран 0,5	86,214	1,09
15	Айран 0,25	57,476	0,72
	Итого кисломолочная	2873,791	36,20
16	Сметана 20% весовая	26,336	0,33
17	Сметана 20% фас.в пл. 0,45	184,352	2,32
18	Сметана 20% фас.в пл. 0,25	96,565	1,22
19	Сметана 20% фас.в вед. 0,6	105,344	1,33
20	Сметана 20% стакан 0,47	140,459	1,77
21	Сметана 20% стакан 0,23	158,016	1,99
22	Сметана 15% стакан 0,47	96,565	1,22
23	Сметана 15% стакан 0,23	61,451	0,77
24	Сметана 15% ведро 0,6	8,779	0,11
	Итого сметана	877,866	11,06
25	Творог 18% весовой	6,468	0,08
26	Творог 18% фасов. 0,25	64,685	0,81
27	Творог 9% весовой	16,171	0,20
28	Творог 9% фасов. 0,25	64,685	0,81
29	Творог нежир. весовой	61,451	0,77
30	Творог нежир. фасов. 0,25	109,964	1,39
	Итого творог	323,424	4,07
31	Майонез 0,23 ст.	5,206	0,07
32	Майонез 0,45 ст.	5,206	0,07
33	Майонез 0,6	1,952	0,02
	Итого майонез	13,015	0,16
	Итого	7938,392	100

Рассчитаем годовой экономический эффект от предлагаемых мероприятий:

$$\varepsilon_z = \sum_{i=1}^n (P_i \cdot \Delta C_i) \quad (2)$$

где P_i – рентабельность i -го товара; ΔC_i – изменение полной себестоимости i -го товара; n – количество товаров. Расчеты представлены в табл. 6.

Таблица 6 - Расчет годового экономического эффекта предлагаемых мероприятий

Наименование продукции	Разница в себестоимости, руб.	Рентабельность продукции, %	Разница в прибыли, руб.
Сыр адыгейский свежий	-1593366	1,01	-16600
Сыр адыгейский копченый	-94336	-2,52	2445
Молоко в пл. 3,2%	119083	1,42	1740
Молоко фляж. 3,2%	4972851	6,83	349524
Молоко фторир. 3,2%	5945673	5,73	350695
Молоко в пл. 2,5% Российское	-2385639	4,82	-118287
Молоко Лаго-Наки 3,5% 0,95	1001838	7,05	72735
Бифилюкс Лаго-Наки 2,5%	1130598	15,90	185049
Кефир жир. 2,5% пл. 0,5	1811671	13,15	245186
Кефир жир. 2,5% пл. 1	1744661	5,51	98863
Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,95	2433382	12,78	320086
Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,47 ст	429636	12,59	55675
Кефир Лаго-Наки 2,5% 0,2 ст	336831	8,37	29017
Ряженка 2,5 жир. в пл. 0,5	3573041	15,04	553042
Ряженка Лаго-Наки 2,5% 0,5 ст	2179589	12,25	274803
Айран 0,5	654406	21,33	143690
Айран 0,25	661377	28,30	192658
Сметана 20% весовая	192911	2,24	4454
Сметана 20% фас.в пл. 0,45	1493459	2,63	40442
Сметана 20% фас.в пл. 0,25	757420	3,26	25381
Сметана 20% фас.в вед. 0,6	2737927	3,74	105502
Сметана 20% стакан 0,47	-2977669	0,85	-26128
Сметана 20% стакан 0,23	2618825	4,16	112042
Сметана 15% стакан 0,47	-4070259	-1,15	48154
Сметана 15% стакан 0,23	-1074234	1,23	-13544
Сметана 15% ведро 0,6	186544	0,77	1472
Творог 18% весовой	-601550	-1,91	11834
Творог 18% фасов. 0,25	-2401253	-0,57	13983
Творог 9% весовой	-1044640	-0,58	6248
Творог 9% фасов. 0,25	913830	2,56	24108
Творог нежир. весовой	1003557	2,80	28946
Творог нежир. фасов. 0,25	1132998	7,62	88857
Масло, топленое фасов.	-2189864	-7,83	176359
Масло крест, весовое	-930556	-9,35	89566
Масло крест, фас. 185 г в пер.	-14930002	-8,40	1290731
Масло крест, фол.	-3755064	-7,80	301307
Спред растительно-сливочный 0,185	-804512	-10,76	89122
Майонез 0,23 ст.	0	-0,54	0
Майонез 0,45 ст	0	-1,04	0
Майонез 0,6.	0	-0,08	0
Итого:	0	-	5159157

Таким образом, не совершая дополнительных затрат, мы можем добиться увеличения прибыли, благодаря предлагаемым мероприятиям, на 5159157 рублей, а рентабельность продукции повысится до 5,63%.

В условиях рыночных отношений формирование ассортимента является одним из важнейших условий организации эффективной работы предприятия. Формирование охватывает все основные сферы его производственно-хозяйственной деятельности – сбыт, финансы, производство, закупки, научные и проектные разработки, которые тесно взаимосвязаны [5, 63-65].

Таким образом, хорошо продуманная товарная политика не только позволяет совершенствовать процесс обновления товарного ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода указателем общей направленности действий, способных скорректировать текущие ситуации.

Литература:

1. Ашинова М.К. Финансы организаций (предприятий): учеб. пособие. Майкоп: ИП Магарин О.Г., 2011. 198 с.
2. Масленникова А. Управление ассортиментом в условиях внутрифирменной конкуренции // Маркетинг. 2009. №6. С. 57-67.
3. Одинцова Е.В. Формирование ассортиментной политики. URL: <http://www.marketing.spb.ru/>
4. Чиназирова С.К. Товароведение потребительских товаров: учеб. пособие. Майкоп: Изд-во АГУ, 2013. 160 с.

References:

1. *Ashinova M.K. Organizational financial: textbook. Maikop: O. G. Magarin, 2011. P. 198.*
2. *Maslennikova A. Assortment management in a competitive intra// Marketing. 2009. № 6. P. 57-67.*
3. *Odintsova E.V. Formation of assortment policy// <http://www.marketing.spb.ru/>*
4. *Chinazirova S.K. Commodity of consumer goods: textbook. Maikop: ASU publishing house, 2013. P. 160.*