

**Самохвалова Екатерина Константиновна,**  
студентка Института сферы обслуживания и предпринимательства  
(филиала) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический универ-  
ситет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты  
[samokhvalova\\_ek@mail.ru](mailto:samokhvalova_ek@mail.ru)



**Грибова Ольга Владимировна,**  
кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Управление и  
предпринимательство» Института сферы обслуживания и предприниматель-  
ства (филиала) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический универси-  
тет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты

### **Анализ ассортиментной политики на примере ООО «Шахтинский хлеб» города Шахты**

**Аннотация.** В статье проведен анализ структуры ассортимента, стабильно-  
сти продаж и интегрированный анализ на примере продукции ООО «Шахтинский  
хлеб» г. Шахты. В результате проведенных исследований товар дифференциро-  
ван на группы в зависимости от степени важности для предприятия, даны реко-  
мендации по работе с каждой ассортиментной группой.

**Ключевые слова:** ассортиментная политика, группа, анализ, структура assor-  
тимента, ассортимент, товар.

**Раздел:** (04) экономика.

Ассортиментная политика – определение ассортимента, наиболее предпочти-  
тельного для успешной работы на рынке и обеспечивающего экономическую эффек-  
тивность деятельности предприятия в целом [1].

В настоящее время ни одно предприятие в системе рыночных отношений не  
может нормально функционировать без определения ассортиментной политики. Это  
происходит, потому что потребности людей безграничны, а ресурсы предприятия  
ограничены. Поэтому, в новых условиях выживает то предприятие, которое может  
наиболее точно выделять и улавливать разнообразие вкусов. В сложившейся ры-  
ночной ситуации, эта тема является наиболее актуальной.

Объектом исследования является ассортиментная политика ООО «Шахтинский  
хлеб» в г. Шахты, всю выпускаемую продукцию которого можно разделить на следу-  
ющие ассортиментные группы: хлеб, мелкоштучная продукция, кондитерская про-  
дукция, сухие хлебобулочные изделия, безалкогольные напитки [2].

Для того чтобы понять, реализация каких ассортиментных групп наиболее эф-  
фективна и приносит максимальную и стабильную прибыль, а на чем не стоит де-  
лать акцент, необходимо провести анализ структуры ассортимента и стабильности  
продаж.

Широкое распространение в практике проведения анализа ассортиментной  
политики получил анализ структуры ассортимента (ABC-анализ) – метод,  
позволяющий классифицировать товары предприятия по степени их значимости в  
части получения организацией выручки и прибыли [3].

На основании имеющихся данных проведем ABC-анализ ассортимента ООО  
«Шахтинский хлеб» по объему выручки, учитывая следующие рекомендованные

значения: группа А – 80% выручки, 20% наименований; группа В – 15% выручки, 30% наименований; группа С – 5% выручки, 50% наименований [3] (табл. 1).

Таблица 1

### АВС-анализ ассортимента ООО «Шахтинский хлеб» [2]

Ассортиментная группа	Выручка за 2016 г., тыс. руб.	Удельный вес ассортиментной группы, %	Удельный вес нарастающим итогом, %	Категория
Хлеб	34870	28,9	28,9	А
Кондитерская продукция	32800	27,2	56,1	А
Сухие хлебобулочные изделия	22001	18,2	74,3	В
Мелкоштучная продукция	21882	18,1	92,4	В
Безалкогольные напитки	9200	7,6	100	С
Итого	120753	100		

Ассортиментные группы расположим в порядке убывания объема выручки и рассчитаем общую сумму выручки по всем товарам. Для каждой ассортиментной группы определим удельный вес и долю нарастающим итогом, по которой все товары ассортимента разделим на группы А, В и С [4].

Цель анализа стабильности продаж (XYZ-анализа) – дифференциация товаров в ассортименте по группам в зависимости от равномерности спроса и точности прогнозирования [3].

На основании имеющихся данных проведем XYZ-анализ ООО «Шахтинский хлеб» по объему выручки (табл. 2).

Таблица 2

### XYZ-анализ ассортимента ООО «Шахтинский хлеб» [2]

Ассортиментная группа	1-й квартал	2-й квартал	3-й квартал	4-й квартал	Выручка за 2016г., тыс. руб.	Среднее значение, тыс.руб.	Коэффициент вариации, %	Категория
Хлеб	8845,3	8510,5	8732,8	8781,4	34870	8717,5	2,9	X
Кондитерская продукция	8103	8947,4	7979,6	7770	32800	8200	10,9	Y
Сухие хлебобулочные изделия	5545,2	5495,1	5379,5	5581,2	22001	5500,25	2,8	X
Мелкоштучная продукция	5300,5	4978,5	5137	6466	21882	5470,5	21,4	Y
Безалкогольные напитки	2101	1095	3567	2437	9200	2300	76,7	Z
Итого	29895	29026,5	30795,9	31035,6	120753	30188,25		

Рассчитаем коэффициент вариации  $v$  для каждого анализируемого объекта по формуле, % [3]:

$$v = \frac{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2}}{\bar{x}} \times 100\%. \quad (1)$$

В категорию X включаются товары со стабильной продажей с коэффициентом вариации от 0% до 10%, в категории Y более значительные отклонения с коэффици-

ентом вариации от 10% до 25%, в категории Z оказываются товары, продажи которых точно прогнозировать невозможно, их коэффициент вариации от 25% и выше [3].

Эффективнее применить XYZ-анализ в сочетании с ABC-анализом. В табл. 3 дается характеристика товаров и отдельных позиций ассортиментной политики для разных клеток совмещенной матрицы.

Таблица 3

**Характеристика категорий интегрированного ABC- и XYZ-анализа [3]**

Группа	X	Y	Z
A	Высокий вклад в сбыт, высокая степень надежности прогноза, стабильное потребление.	Высокий вклад в сбыт, средняя степень надежности прогноза, нестабильное потребление.	Высокий вклад в сбыт, низкая степень надежности прогноза, неравномерное (стахостическое) потребление.
B	Средний вклад в сбыт, высокая степень надежности прогноза, стабильное потребление.	Средний вклад в сбыт, средняя степень надежности прогноза, нестабильное потребление.	Средний вклад в сбыт, низкая степень надежности прогноза, неравномерное (стахостическое) потребление.
C	Низкий вклад в сбыт, высокая степень надежности прогноза, стабильное потребление.	Низкий вклад в сбыт, средняя степень надежности прогноза, нестабильное потребление.	Низкий вклад в сбыт, низкая степень надежности прогноза, неравномерное (стахостическое) потребление.

Обозначим в матрице расположение анализируемых ассортиментных групп по результатам ABC- и XYZ-анализов (табл. 4).

Таблица 4

**Нанесение результатов интегрированного ABC- и XYZ-анализа на матрицу**

Группа	X	Y	Z
A	Хлеб	Кондитерские изделия	AZ
B	Сухие хлебобулочные изделия	Мелкоштучная продукция	BZ
C	CX	CY	Безалкогольные напитки

В результате проведенного ассортиментного анализа можно сделать вывод, что хлеб и сухие хлебобулочные изделия (товары группы AX и BX) отличает высокий товарооборот и стабильность. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, но для этого не нужно создавать избыточный страховой запас. Расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется. Кондитерские изделия (товары группы AY) и мелкоштучная продукция (товары группы BY) при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность продаж, и, как следствие, для того чтобы обеспечить их постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас. Что касается безалкогольных напитков (группы товаров CZ), рекомендуется не концентрироваться на данной группе товаров, но исключать ее не целесообразно, т.к. она приносит регулярный дополнительный доход предприятию.

В целом использование интегрированного ABC- и XYZ-анализа ассортиментной политики предприятия позволит повысить эффективность системы управления товарными ресурсами, повысить долю высокоприбыльных товаров без нарушения принципов ассортиментной политики, выявить ключевые товары и причины,

влияющие на количество товаров, хранящихся на складе, перераспределить усилия персонала в зависимости от его квалификации и имеющегося опыта.

### Ссылки на источники

1. Чернозубенко П.Е. Ассортиментная политика // Записки маркетолога. Сайт маркетинг директора. – URL: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_a/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_a/)
2. Официальный сайт ОАО «Шахтинский хлебокомбинат». – URL: <http://www.shakhleb.propanie.ru/about.php?rub=0>.
3. Бордяков Р. Ю. ABC- и XYZ-анализ // Информационный портал «Клуб закупщиков». – URL: [http://www.rmbcons.ru/ABC\\_XYZ.htm](http://www.rmbcons.ru/ABC_XYZ.htm).

**Ekaterina Samokhvalova,**

*Student, Institute of Service and Business (branch) DSTU in Shakhty town, Shakhty*

[samokhvalova\\_ek@mail.ru](mailto:samokhvalova_ek@mail.ru)

**Olga Gribova,**

*Candidate of Economic Sciences, Senior lecturer of the Department "Management and entrepreneurship",*

*Institute of Service and Business (branch) DSTU in Shakhty town, Shakhty*

### The analysis of the assortment policy on the example of LLC "mining bread" the city of Mines

**Abstract.** In the article the analysis of assortment structure, stability of sales and integrated analysis on the example of products of LLC "mining bread" in Mine. The result of the research product is differentiated on groups depending on the degree of importance to the enterprise, recommendations on working with each product group.

**Key words:** assortment policy, group analysis, structure of assortment, assortment of goods.

### Рекомендовано к публикации:

*Горевым П. М., кандидатом педагогических наук, главным редактором журнала «Концепт»*

Поступила в редакцию <i>Received</i>	27.03.17	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	29.03.17
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	29.03.17	Опубликована <i>Published</i>	10.04.17



[www.e-koncept.ru](http://www.e-koncept.ru)

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2017

© Самохвалова Е. К., Грибова О. В., 2017