

**С. И. Синникова**  
Научный руководитель  
**В. В. Липницкий**

*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь*

## **ОЦЕНКА ПРИОРИТЕТНОСТИ ТОВАРНЫХ ГРУПП ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

В связи с увеличением открытости границ и активизацией экономических взаимоотношений нашей страны с зарубежными партнерами произошел приток покупателей близлежащих славянских государств на белорусский рынок товаров народного потребления. Это оказало положительное воздействие на объемы розничных продаж на отечественных торговых объектах, расположенных в крупных городах. В то же время розничная торговая сеть потребительской кооперации, зоной деятельности которой являются в основном сельские районы Республики Беларусь, продолжает находиться под влиянием слабозависящего от цены спроса ее покупателей, высокой издержкостности торговли и поэтому бездейственности механизма скидок для активизации продаж. Во избежание дальнейшего замедления товарооборачиваемости, обеднения ассортимента товаров в розничной торговой сети и ухудшения качества торгового обслуживания сельского населения оценка приоритетности товарных групп для формирования розничного товарооборота потребительской кооперации приобретает социально важное и актуальное значение. Это и определило цель нашей работы. В арсенал проведенного исследования вошли методы математической статистики, реализованные в совмещенном ABC-XYZ-анализе на основе сводки, группировки, определения средних и относительных величин, абсолютных разниц и сортировки диапазона данных.

Результаты проведенного нами анализа розничного товарооборота потребительской кооперации как системы, обслуживающей сельское население, были сопоставлены с итогами анализа такого же показателя по ОАО «Сахарторг» – организации, занимающейся городской торговлей. Получена оценка участия товарных групп для развития продаж соответственно на сельском и городском рынках.

Для цели исследования товары, продажа которых обеспечивает формирование розничного товарооборота, были подразделены на группы А, В, С по вкладу в его объем. К группе А были отнесены товарные группы, которые обеспечивают 80%-ный вклад в объем продаж, к группе В – обеспечивающие 15%-ный вклад, а к группе С – те товарные группы, которые приносят всего лишь оставшиеся 5% выручки. В дополнение к ABC-анализу перспективности формирования товарно-группового состава розничного товарооборота для обеспечения торговой деятельности потребительской кооперации был проведен XYZ-анализ. В соответствии с ним товарные группы, участвующие в формировании розничного товарооборота, были распределены на группы X, Y и Z по коэффициенту вариации (изменчивости) объема продаж. В группу X вошли товары, по которым значение коэффициента вариации не превышает 10%, в группу Y – товары, коэффициент вариации по которым составляет 10–5%, а к группе Z были отнесены товары, коэффициент вариации по которым превышает 25%. Показатели совмещенного ABC-XYZ-анализа оценивались после выделения в качестве предпочтительных товаров, соответствующих группам AY, BX, AZ, и исключения из этого списка товаров, удовлетворяющих вредные привычки потребителей.

Сопоставление результатов ABC-XYZ-анализа по двум торговым системам показало, что потребительской кооперации следует остаться на сельском рынке с реализацией таких товарных групп, как мясо и мясные продукты, хлеб и хлебобулочные изделия, молочные продукты, рыба и морепродукты, рис и прочие крупы, сахар, безалкогольные напитки, бытовая мебель, бытовые электрические и осветительные приборы, строительные материалы. В то же время при реализации стратегии периодического выхода на городской рынок для потребкооперации выявилась возможность увеличить розничный товарооборот за счет таких товарных групп, как лапша и прочие макаронные изделия, свежие, сушеные и консервированные орехи, овощи и фрукты.