

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Министерство образования Московской области  
*ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»*

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ,  
БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ  
И ЭКОНОМИКИ**

**Сборник научных статей по итогам  
Всероссийской научно-практической конференции  
с международным участием  
(23–24 марта 2018 г.)**

**Коломна  
2018**

УДК 33  
ББК 65  
И.....

Рекомендовано к печати  
редакционно-издательским  
советом ГСГУ

Редакционная коллегия:

д.э.н. А.Н. Столярова  
к.э.н. М.В. Русакович

Рецензенты:

Ж.К. Леонова, д.э.н., профессор, первый проректор ГОУ ВО МО «ГСГУ»  
М.А. Пономарева, к.э.н., доцент кафедры «Экономика организации» ФГБОУ  
ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

**И66 Актуальные вопросы товароведения, безопасности товаров и экономики:** сб. научных статей по итогам Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (23–24 марта 2018 г., г. Коломна) / под ред. А.Н. Столяровой. – Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет, 2018. – 460 с.  
ISBN 978-5-98492-384-2

В сборнике опубликованы материалы Всероссийской научно-практической с международным участием, проводившейся кафедрой товароведения ГОУ ВО МО «ГСГУ». Среди участников конференции – представители научных кругов, общественные деятели, профессионалы-практики, представители органов власти и бизнеса из России и зарубежных стран.

Сборник материалов конференции адресован преподавателям, научным работникам, аспирантам и студентам высших учебных заведений, а также всем интересующимся актуальными проблемами теории и практики товароведения и экономики.

Статьи публикуются в авторской редакции.

УДК 33  
ББК 65

© ГОУ ВО МО «Государственный  
социально-гуманитарный

ISBN университет», 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Приветственное слово ректора Государственного социально-гуманитарного университета, Депутата Московской областной Думы, доктора исторических наук, профессора А.Б. Мазурова.....</b>	<b>9</b>
Абделлатыф С.С. Методы снижения холестерина в молочных продуктах.....	12
Абушахманова Л.В. Пищевые волокна – функциональный ингредиент.....	15
Аксенова Е.С. Об опыте практической экспертной деятельности в образовательном процессе подготовки по направлению 38.03.07 товароведение.....	17
Алиева Д.Т. Актуальные вопросы качества рыбных консервов.....	22
Аникин А.А., Аникина Т.С. Комплексное воспитание физических качеств учащихся 10 – 11 классов средствами футбола на третьем уроке физической культуры.....	26
Асембаева Э.К., Сейдахметова З.Ж. Изучение буферной емкости верблюжьего молока.....	30
Афиногенова С.Н., Черкасов О.В. Безопасность обработки пищевым консервантом клубней картофеля при хранении.....	34
Бабушкин А.Д., Асфондьярова И.В. Актуальные проблемы рынка пива.....	38
Базарнова Ю.Г., Аронова Е.Б., Гинак А.И. Самообследование научно-производственной компании как один из инструментов повышения качества продукции.....	43
Баранова И.В. Проектное обучение как вызов модернизации образовательного процесса в вузе.....	45
Баюми А.А., Бобренева И.В. Изучение качественных характеристик растительной добавки ( <i>moringa oleifera</i> ) традиционной для Республики Египет.....	49
Баюми А.А. Перспективы использования новых видов растительных компонентов при разработке мясных продуктов общего и диетического назначения в Республике Египет.....	53
Бершадский О.Г. Электроэнергия как «товар»: меры по минимизации незаконного потребления (воровства) электрической энергии в современной России.....	55
Борисова С.Ю., Еремина О.Ю. Анализ рынка йогуртов.....	58
Валяев В. С. Понятие «ассортимента» его основные характеристики и виды....	61
Вареник П.К. Правовое регулирование цифровой экономики (подбор кадров).....	66
Варзова А.А., Волкова П.С. Идентификация стайлера для одежды в таможенных целях.....	70

Варлыгин И.С. Интеграция школы и вуза как основа системы непрерывного образования.....	74
Власенко А. П. Дубицкая Л.В. Использование датчиков различных моделей смартфонов для исследования окружающей среды.....	80
Власенко М.А., Баранова И.В. Применение интерактивных методов обучения в процессе подготовки экономистов.....	84
Власова А.А., Львутина Е.А. Рынок мясных полуфабрикатов: текущее состояние и тенденции развития.....	88
Галатюк Н.Н. Осмодегидратация мяса птицы в растворах соли и сахара как перспективное направление в обработке мясного сырья.....	92
Глачаева С.Е. Воспитание культуры здоровья студентов вузов.....	96
Гришаева О.Ю., Проблемы потребительских расходов российских домохозяйств.....	98
Данилов А.В. Послание Президента России Федеральному собранию как вектор финансово-экономической и социальной стабильности страны.....	101
Демина Е.Н., Ветрова О.Н. Изучение ассортимента и потребительских свойств творожных сыров.....	105
Джамалова М.Р., Нилова Л.П. Зерновые батончики на потребительском рынке г. Санкт-Петербурга.....	109
Доброхлеб В.Г. Семейные домохозяйства как значимый субъект цифровой экономики.....	113
Дорожкина Л. А., Добрева Н. И., Коваленко А. С. Качество продукции и экологизация сельскохозяйственного производства.....	115
Дудникова С.А., Лапина В.В. Влияние регламента использования циркона и биопрепаратов на урожайность и качество огурца гибрида f1 кураж в условиях защищенного грунта.....	120
Дубровская Н.О., Фарема Ю.В. Оценка факторов, формирующих спрос на безглютеновые продукты.....	125
Евдокимова О.В., Иванова Т.Н. Этапы технологического цикла функциональных пищевых продуктов.....	131
Захаров А.С. Использование хроматографических методов при идентификации молотого кофе.....	136
Захаров М.А. Роль аналитических измерений в экспертизе пищевых продуктов.....	140
Зачесова И.А., Колобов С.В. Разработка рецептуры котлет из мяса северного оленя с использованием порошка топинамбура.....	142
Зверев Д. С. Экспертиза качества консервированных огурцов, реализуемых в розничной торговой сети г. Коломна.....	146
Зверев Д.Н., Зверева Е.А. Особенности управления персоналом в малом бизнесе.....	151
Зверев Д.Н., Зверева Е.А. «Оценка и совершенствование системы управления торгово - технологическим процессом розничной сети».....	154

Зверев Д.Н., Зверева Е.А. Эффективность деятельности как основа финансовой независимости организации.....	159
Зверев Д.Н., Зверева Е.А. «Финансовая устойчивость и независимость как основа экономической безопасности организации».....	162
Зиневич М.В. Восстановление забытых рецептур хлеба на примере музея «Калачная».....	166
Иванов Н.В. Оценка актуальности разработки геродиетических продуктов.....	170
Илларионова К.В., Дуррани П.Н. Оценка эксплуатационных свойств костюмных камвольных шерстяных тканей ведомственного назначения....	174
Илларионова К.В., Курпита А.В. Идентификационная экспертиза вязальной пряжи из шерсти альпака.....	178
Кайгородцева М.С. Влияние растительных компонентов на качество хлебобулочных изделий, выработанных с использованием технологии отложенной выпечки.....	182
Каманина Р.В. Управление конкурентоспособностью торгового предприятия в современных рыночных условиях.....	186
Карпутина М.В., Харгелия Д.Д. Оценка качества слабоалкогольных напитков на основе сока сахарного сорго.....	190
Карх Д.А. Отечественный рынок мяса птицы: проблемы и перспективы.....	193
Кириянова Г.П., Бронникова В.В. Опыт использования тыквенного пюре для снижения калорийности мясных изделий.....	196
Кислякова М.Ю. Развитие системы правового регулирования садово-дачных хозяйств в постсоветской россии.....	201
Ковачева И.А. Повышение двигательной активности студентов на занятиях по физической культуре одно из основных условий оздоровления современной молодежи.....	203
Кочубей-Литвиненко О.В. Объединение ресурсов инструментальных и хемометрических методов для анализа показателей качества сухой молочной сыворотки.....	207
Криштафович В.И. Ассортимент и требования к качеству сырокопченых колбас по новым нормативным документам.....	212
Криштафович Д.В. Отношение потребителей Московского региона к генно-модифицированным организмам в пищевых продуктах.....	216
Кузина В.В., Воробьева Н.Н., Пискунова Н.А., Осмоловский П.Д., Меченкова К.В. Применение спирта при изготовлении кондированных полуфабрикатов из плодов тыквы.....	221
Купцова С.В., Грядунова О.Н. Совершенствование торгового ассортимента плавленых сыров на основе анализа мотивации и предпочтений потребителей.....	224
Куркова С.Н. Информация о соответствии в маркировке продукции.....	227

Кучерявенко М.А., Асфондьярова И.В. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений в сегменте рынка рыбных полуфабрикатов Санкт-Петербурга.....	231
Линовицкая А.А. Роль мышевидных грызунов и плотоядных животных в распространении опасных инвазионных заболеваний (эхинококкоза и альвеококкоза) на территории города Коломна и Коломенского района. Методы борьбы и профилактики.....	234
Мазунина Т.А., Панасенко С.В. К вопросу повышения конкурентоспособности кондиционеров для белья.....	236
Медведева Е.И., Крошилин С.В. Необходимость развития маркетинга интеллектуальной собственности предприятий в цифровой экономике.....	241
Мельник О. П., Радзиевская И. Г., Михайленко А. О. Использование ик-фурье-спектроскопии для контроля качества пищевых продуктов.....	244
Молодкина П.Г., Уткина А.С. Разработка классификации гигиенических волокнистых изделий и изучение ассортимента.....	248
Морозова Е.А., Школьников М.Н., Данишевская К.В. Разработка балльной шкалы для оценки качества безалкогольных тонизирующих напитков.....	252
Нечаев Б.П., Косикова Ю.А., Довлятов В.С., Мамедов Р.М., Абулов Р.М. Пути оптимизации института таможенной экспертизы.....	256
Нечаев Б.П., Косикова Ю.А., Довлятов В.С., Мамедов Р.М., Абулов Р.М. Особенности применения таможенной экспертизы слабоалкогольной продукции при перемещении через таможенную границу еаэс.....	260
Новиков Н. А, Масловский С.А. Порошковое пиво в розничной торговой сети.....	265
Обыденко Е.Ю., Илларионова К.В., Григорьев С.В. Инновации текстильной промышленности для регулирования рынка сырья и изделий ведомственного назначения.....	268
Одинцова А.А., Масловский С.А. Влияние параметров сушки на технологические свойства цельносмолотой муки из зерна пшеницы.....	273
Остроушко А.В., Карпухин Д.В. Цифровая экономика: проблемы превенции рисков воздействия негативной информации.....	275
Перова Г. М. Особенности формирования здорового образа жизни у студенческой молодежи в пространстве вуза.....	280
Петрище Ф.А., Черная М. А. Анализ современной ситуации на рынке керамической плитки.....	282
Петрище Ф.А., Черная М.А. Анализ качества керамической плитки.....	288
Петросян Д.С. Функции системы управления производственной безопасностью.....	293
Пилипенко Т.В. Актуальные проблемы экспертизы качества молочных продуктов.....	298

Пономарева М.А. Современное состояние проектного финансирования.....	302
Расторгуева Н.Ф., Пряникова А.А. Основные средства предприятия: структура, характеристика и экономическая эффективность их использования в современных условиях.....	306
Расторгуева Н.Ф., Фейзова Э.Г. Инвестиционное страхование жизни – драйвер страхового рынка.....	312
Резго Г.Я. Динамика потребительского рынка России в период экономических санкций.....	316
Рейзвих С.В., Хруснов А.В. Ассортимент, качество и потребительские свойства макаронных изделий, реализуемых в магазине города Бийска «Корзинка» №12.....	321
Родионова А.Е. Использование сорных растений для пищевых целей.....	326
Русакович М.В. Управление производственными затратами в условиях цифровой экономики.....	329
Рыбина В. Н., Дорожкина Л. А. Роль удобрений и циркона в повышении урожайности и качества семян подсолнечника.....	333
Рыбина В.Н., Кадурина А.А. Совершенствование агроэкологических условий выращивания ячменя.....	339
Рязанцева М.В. Смешанное обучение персонала предприятий розничной торговли.....	344
Савина О.В. Маркетинговые исследования рынок продовольственного картофеля г. Рязани.....	348
Столярова А.Н., Светлов И.Е. Исследование востребованности у студентов профессиональных компетенций, определенных образовательным стандартом.....	352
Севостьянова Е.М., Осипова В.П., Дубинина Е.В. Влияние солевого состава подготовленной воды на органолептические характеристики крепких напитков.....	356
Семёнов Г.В., Краснова И.С. Управление качеством сублимированных продуктов растительного происхождения.....	360
Семенова И.А. Современные подходы в управлении ассортиментом торгового предприятия.....	364
Семенова И.А., Хазиева А.С. Проблемы качества алкогольной продукции в Удмуртской республике.....	369
Семьянов Е. В. Юридическое образование России (основные проблемы развития).....	371
Солтарь А.В., Морозова Е.А. Анализ ассортимента пен для бритья, реализуемых на рынке г. Бийска.....	377
Столярова А.Н., Давиденко Е.М. Аспекты реализации педагогического мониторинга.....	381
Столярова А.Н., Коваленко А.С., Валяев В.С., Дронов А.А., Плюхин Н.О. «Мастер-класс на тему: «Чипсы – вред или польза?».....	385

Столярова А.Н., Полтораков О.В. Разработка стратегий развития бизнеса.....	388
Столярова А.Н., Полтораков О.В. Стратегии развития бизнеса.....	394
Столярова А.Н., Усталь Т.А. Ветеринарно-санитарная экспертиза – основа безопасности продуктов животного происхождения.....	400
Столярова А.Н., Фадеев М.А. Методы для совершенствования системы управления персоналом.....	403
Тажибаева Н.Э. Анализ и предложения по повышению конкурентоспособности изделий народных художественных промыслов на примере дымковской, каргопольской и филимоновской игрушки.....	406
Тихомирова Н.А. Роль питания в здоровом образе жизни участников образовательного процесса.....	411
Туровская С.Н., Петров А.Н., Радаева И.А., Илларионова Е.Е. Актуальный ассортимент стандартизованных видов консервированной молочной продукции.....	416
Турчинская А.В., Шевченко В.В. Качество рыбных пельменей в зависимости от исходного сырья.....	420
Файзуллоев.Ф., Файзуллоев Ф.Ф. Перспективы производства сыров на молочно-молочном заводе в г. Худжанд республики Таджикистан.....	424
Фатхутдинова А. М. Современное воспитание и обучение молодежи с использованием новых инструментов обучения.....	426
Фатхутдинова А. М. Информационное общество: правовые проблемы в условиях глобализации.....	429
Хакимова А.Р., Шемякин Н.А. Идентификация и выявление фальсификации женских сумок на примере «Louis Vuitton».....	434
Цыбанина И.В., Райкова Е.Ю. Риск-ориентированный подход к управлению предприятием в условиях рыночной экономики.....	438
Чеглов В.П. Управление ассортиментом в интегрированных торговых системах на основе маркетинга отношений.....	441
Чупракова З.В., Котоменкова О.Г. Анализ ассортимента и выявление инноваций на рынке шампуней.....	446
Шабанова Т.А., Голуб О.В. Оценка органолептических показателей качества аджики.....	449
Шагаева Н.Н., Колобов С.В. Влияние дигидрохлорокверцетина на сохраняемость рубленых полуфабрикатов из мяса лося.....	451
Шаповалова П. Н., Ерошевская А. С., Масловский С. А., Замятина М. Е., Новикова В. В., Титова Е.В., Терешонкова Т.А. Оценка новых сортообразцов томата типа «черри» на пригодность к кратковременному хранению.....	456
Шустова А.К. Люминесцентный анализ премиального сегмента сыров как важнейший фактор их качества.....	458



3. Поповский, В.Г. Сублимационная сушка пищевых продуктов растительного происхождения / В.Г. Поповский, Л.А. Бантыш, Н.Т. Ивасюк, Н.Х. Гринберг, Г.Б. Горшунова. - М.: Изд-во «Пищевая промышленность», 1975. 334 с.

4. Семенов Г.В. Вакуумная сублимационная сушка : монография / Семенов Г.В. - М.: ДеЛи плюс, 2013. - 264 с.;

5. Santos P. H. S. & M. A. Silva Retention of Vitamin C in Drying Processes of Fruits and Vegetables - A Review, Drying Technology / Santos P. H. S. & M. A. Silva - Taylor and Francis Online, 2008, 26:12, 1421-1437

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ АССОРТИМЕНТОМ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*И.А.Семенова*  
(ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»)

**Аннотация:** В статье анализируются макроэкономические факторы и факторы покупательского поведения, влияющие на формирование ассортимента торговых компаний. Категорийный менеджмент является одним из современных подходов к управлению товарным ассортиментом, который позволяет повысить товарооборот торговых предприятий.

**Ключевые слова:** управление ассортиментом, категорийный менеджмент, управление товарной категорией.

В 2017 году рынок России продолжал находиться под влиянием тенденций, сложившихся в последние три года. И сегодня пока рано говорить о полноценной стабилизации на рынке розницы, хотя определенные признаки ее проявились, прежде всего, за счет замедления темпов инфляции.

Среди негативных макроэкономических факторов и факторов покупательского поведения, влияющих на экономическое положение торговых предприятий в России, можно отметить следующие:

- повышение цен на товары как отечественного, так и импортного производства;
- снижение реальных доходов потребителей;
- сокращение расходов в бюджете потребителя как на приобретение продовольственных, так и непродовольственных товаров.

Макроэкономическая ситуация привела к изменению модели потребительского поведения российского потребителя – наблюдается переход к рациональной (сдержанной) модели поведения в сфере потребления. Можно выделить следующие изменения в поведении покупателей за последние три года:

- тщательное отслеживание выгодных промо-акций;
- поиск товаров более низкого ценового уровня в пределах товарных категорий;
- снижение стоимости покупки и стоимости среднего чека;

- приобретение товаров в торговых компаниях разных форматов и в разных торговых предприятиях одного формата;
- маркетинговые исследования рынка для нахождения выгодных цен;
- сокращение количества покупок товаров длительного пользования.

В этих новых условиях в центре внимания торговых предприятий должен стать поиск новых подходов к управлению ассортиментом, адаптированным под нужды потребителей.

На сегодняшний день можно выделить достаточно большое количество подходов к анализу и управлению ассортиментом товаров:

1) Показатели оценки ассортимента (широта ассортимента, полнота ассортимента, устойчивость / стабильность ассортимента, обновление / новизна ассортимента);

2) ABC и XYZ – анализ. ABC-XYZ-анализ позволяет разбить ассортимент торгового предприятия на группы в зависимости от их вклада в выручку компании: используется показатель объема продаж или получаемая прибыль (торговая наценка) - ABC-анализ и регулярности покупок - XYZ-анализ. Внедрение данного подхода на торговых предприятиях обеспечивает эффективное управление ассортиментом;

3) Традиционный маркетинговый анализ, когда все товарные группы разделяют на четыре группы в зависимости от оборота и прибыльности: звезды, генераторы потока (дойные коровы), генераторы прибыли (капризные дети), расточители места (собаки). Графическое изображение данного подхода представляет собой матрицу Бостонской консалтинговой группы (матрица БКГ);

4) Анализ ассортимента по параметрам влияния [2,с.195].

Применяя в практике торговой деятельности технологию мерчандайзинга, специалисты пришли к выводу, что для оптимизации выкладки в торговом зале, необходимо выделить основные единицы управления ассортиментом – товарные категории. Товарная категория – это совокупность каких-то товаров, объединенных по определенному сходству их использования.

Категорийный менеджмент – это система управления ассортиментом, в основе которой лежит выделение в структуре ассортимента товарных категорий с последующим управлением ими как самостоятельными бизнес-единицами [1,44].

Цель применения технологии категорийного менеджмента – максимально полное удовлетворение потребностей покупателей и одновременно повышение эффективности взаимодействия между поставщиком и продавцом.

Категорийный менеджмент базируется на двух главных положениях:

1) основная ценность - потребитель, вся деятельность торгового предприятия нацелена на максимальное удовлетворение его потребностей;

2) товарная категория является самостоятельной бизнес - единицей и предполагает наличие единственного лица –категорийного менеджера, ответственного за всю логистическую цепочку- от закупки до продажи.

Категорийный менеджмент базируется на следующих принципах:

- построение ассортиментной матрицы на основании предпочтений и

восприятия покупателей;

- формирование ассортимента торгового предприятия как совокупности товарных категорий;

- ответственность категорийного менеджера за эффективность товародвижения определенной категории товаров.

Управление ассортиментом при использовании концепции категорийного менеджмента предполагает реализацию следующих этапов: формирование товарных категорий, задание ролей товарным категориям, разработку стратегий товарных категорий, проведение анализа товарных категорий.

Авторы теории категорийного менеджмента Сысоева С., Бузукова Е, Илюха С.А., Фадеев А., Трифонова Т.А и другие выделяет восемь видов ролей, отводимых товарным категориям: создатели потока (Traffic Builder), генераторы наличности - (Cash Generator), генераторы прибыли (Profit Generator), создатели имиджа (Image Creator), защитники (Turf Defending ), создатели желания (Excitement Creating), стимуляторы объема покупки (Transaction Building), тестовые товары или подкатегории.

Применение данной технологии к предприятию Торговый Дом, специализирующегося на оптовой и розничной торговле строительными материалами в г. Сарапул Удмуртской республики показало следующий результат (таблица 1).

Таблица 1

Определение ролей товарных категорий для Торгового Дома [1,50].

Наименование категорий товаров	Наименование группы	Доля в объеме продаж, %	Доля в ассортименте, %	Доля в прибыли от продаж, %	Роль
Керамические блоки	А	29,54	21,7	15,3	Создатель потока
Изоляционные материалы	А	25,33	26,8	11,7	Создатель потока
Рулонная кровля	А	13,11	13,9	12,3	Защитник
Виниловая напольная плитка	А	10,35	15,6	17,5	Генератор прибыли
Декоративный камень	В	8,28	5,2	16,1	Создатель желания
Гибкая черепица (кровля)	В	5,84	6,7	10,4	Защитник
Пластиковый плинтус и порожки	С	3,6	9,4	8,5	Создатель имиджа
Гипсокартон и комплектующие	С	2,21	0,6	4,5	Стимулятор объема покупки
ОСП	С	1,74	0,3	3,7	Создатель имиджа
Товарооборот ВСЕГО	-	100	100	100	

В таблице 2 представлены рекомендации по продвижению товарных категорий, политике ценообразования и принципам мерчандайзинга

Таблица 2

Основные положения стратегии сбыта товаров по товарным категориям

Роли товарных категорий	Наименования товарных категорий,	Основные положения стратегии сбыта		
		Принципы мерчандайзинга	Принципы ценообразования	Принципы продвижения
Создатель потока (Traffic Builder)	Керамические блоки, изоляционные материалы	Выкладка на уровне глаз. Двойной фейсинг. Рекламные и информационные материалы, образцы. Лучшие места, торцы, паллеты	Цены – индикаторы на уровне или ниже рынка. Специальные цены	Проведение акций + дополнительное предложение стимулирующее интерес (добавить сопутствующий товар-цемент), скидки от объем заказа для изоляционных материалов)
Генератор прибыли (Profit Generator)	Виниловая напольная плитка	Расширение ассортимента дорогих/высокоприбыльных товаров. Размещение высокоприбыльных вперемежку с менее дорогими	Цена – получение максимальной прибыли на рынке. Снятие сливок на эксклюзивные товары	Поддерживаются только очень высокоприбыльные товары и без снижения цен (+ подарок, + услуга)
Создатель имиджа (Image Creator)	Пластиковый плинтус и порожки, ОСП	Лучшее качество продуктов, сервиса и обслуживания. Фирменное оборудование, стенды, боксы для повышения привлекательности	Максимально обоснованная наценка, при которой товар может быть реализован	Акции, СМИ, PR, мастер-классы, презентации
Защитник (Turf Defending)	Рулонная кровля, гибкая черепица (кровля)	Размещение вперемежку с более высокоприбыльными, более дорогими. Фирменное оборудование, стенды, боксы для повышения привлекательности.	Цены ниже среднерыночных, самые низкие на рынке, возможна торговля в убыток по ряду товаров.	Акции на местах, СМИ, металлические крепежи в подарок.
Создатель желаний (Excitement)	Декоративный камень	Места для новинок. Лучшие места, спецоборудование, инсталляции	Периодическое снижение цен, приводящее к немедленной	Обязательная поддержка от поставщика. Презентации, PR

Creating)			покупке (спецпредложен ия)	
Стимулят ор объема покупки (Transaction Bulding)	Гипсокартон и комплектующ ие	Паллетная выкладка, торцы, прикассовая зона, места с повышенной проходимостью	Выгодная цена (ощутимая экономия) при покупке большого количества товара	Проведение акций подчеркивающих дополнительную выгоду от большой покупки. Акции на местах, СМИ

В таблице 3 представлен эффект от внедрения на предприятии торговли предложенных мероприятий по отдельным товарным категориям.

Таблица 3

Оценка эффективности от реализации всех предложенных мероприятий по совершенствованию ассортимента Торгового Дома

Наименование показателей	До мероприятий	После всех мероприятий	Изменение (+/-)	Темп роста, %
Товарооборот, тыс. руб.	30442,6	38662,4	8219,8	127,0
Затраты на закупку товаров для реализации, тыс.руб.	18438,4	23323,2	4884,8	126,5
Издержки обращения, тыс. руб.	8142,5	9754,5	1612,0	119,8
Прибыль от продаж, тыс. руб.	3861,7	5584,7	1723,0	144,6
Чистая прибыль, тыс.руб.	3166,6	4579,5	1412,9	144,6
Рентабельность продаж, %	12,7	14,4	1,8	113,9
Рентабельность общая, %	10,4	11,8	1,4	113,9

Таблица 3 демонстрирует, что в результате реализации всех разработанных мероприятий по совершенствованию товарного ассортимента Торгового Дома, с использованием технологии категорийного менеджмента, произошло увеличение товарооборота на 27%. Увеличение товарооборота привело к росту издержек обращения на 19,8%, затраты на закупку товаров для реализации увеличились на 26,5%. В результате прибыль от продаж увеличилась на 1723,0 тыс. руб., что составило на 44,6%. Чистая прибыль предприятия выросла до уровня 4579,5 тыс. руб., т.е. увеличилась на 1412,9 тыс. руб.

Предложенная система классификации ролей может служить готовым алгоритмом для управления товарным ассортиментом на торговых предприятиях.

В настоящее время все больше российских компаний начинает использовать технологию категорийного менеджмента в практической

деятельности. Данная технология позволяет осуществлять эффективное управление товарным ассортиментом и позволяет наращивать объемы продаж.

### ***Литература:***

1. Львова Т. Н., Семенова И.А., Ушаков Е.С.Использование категорийного менеджмента в управлении ассортиментом торгового предприятия // Вестник Удмуртского университета. Сер. Экономика и право. - 2015. - Т. 25, вып. 5. - С. 44-51.
2. Сысоева С.В. Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. - СПб.: Питер, 2011.- 416 с.

## **ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*И.А.Семенова, А.С. Хазиева  
(Удмуртский государственный университет)*

**Аннотация:** в статье анализируется проблема качества потребительских товаров на примере алкогольной продукции в Удмуртской республике, предлагаются пути решения выделенных проблем.

**Ключевые слова:** качество продукции, спиртосодержащая жидкость, алкогольные отравления.

Проблема качества потребительских товаров на сегодня стоит достаточно остро, особенно это касается алкогольной продукции, которая в нашей стране пользуется большой популярностью. Большое число контрафактной и некачественной продукции приводит к увеличению числа отравлений и повышению числа смертности среди населения.

Так, по данным Роспотребнадзора по Удмуртской Республике за 2017 год выявлено 512 случаев отравления алкогольной и спиртосодержащей жидкостью, что на 84 случая меньше чем в 2016 году. Показатель количество отравлений на 100 тыс.населения составил 33,8 чел. (в 2016-39,3 чел.)[1,10]. Динамика отравлений спиртосодержащей продукцией за 2012-2017 гг. на территориях Удмуртии представлена на рис.1.



Рис.1. Динамика отравлений спиртосодержащей продукцией за 2012-2017 гг. на территориях Удмуртии (на 100 тысяч населения).