**ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ №1**

**ПРАКТИКУМА ПО МАРЖЕ**

1. Создайте рабочую группу. Обычно в неё входят учредитель, маркетолог, РОП, экономист и закупщик.
2. Пришлите коллегам этот урок с домашним заданием.
3. Обсудите с рабочей группой, как должен выглядеть ваш классификатор, разложив какую-либо категорию до конечного продукта или конечного типа продукта.
4. Выберите ответственного и дайте ему задание составить/проанализировать классификатор для вашей компании. Если у вас меньше 100 позиций, проработайте все. Если больше, выберите 1–2 самые маржинальные категории и начните с них. Разложите их до конечного продукта в Excel.

| **Класс** | **Группа** | **Категории** | **Подкатегории** |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Непродовольственные товары | Канцелярские товары | Товары для офиса | Архивные папки |  |
|  |  | Товары для школы | Бумажная продукция | Дневники |
|  |  |  |  | Тетради |
|  |  |  | Рюкзаки/Портфели | Рюкзаки |
|  |  |  |  | Сумки для обуви |
|  |  |  | Товары для творчества | Альбомы для рисования; |
|  |  |  |  | Бумага цветная; |
|  |  |  |  | Гуашь; |
|  |  |  |  | Карандаши цветные; |
|  |  |  |  | Картон; |
|  |  |  |  | Кисти штучные; |
|  |  |  |  | Ножницы детские; |
|  |  |  |  | Пластилин; |
|  |  |  |  | Карандаши восковые; |
|  |  |  |  | Мел; |
|  |  |  |  | Фломастеры. |

5. После того как классификатор сформирован, переходим к следующему этапу. Добавляем необходимые показатели для анализа из отчета по продажам за прошедший месяц: Вам нужно создать таблицу со следующими показателями:

* *Категория;*
* *Оборот;*
* *Себестоимость;*
* *Маржа;*
* *Процент маржи;*
* *Количество.*

Заполните эти колонки данными за прошлый месяц.

* *Для прохождения курса нет необходимости работать со всей матрицей. Возьмите 1-2 категории и работайте с ними.*

**Таблица может выглядеть следующим образом**, скачайте её или создайте копию:

[1 урок практикум по марже.xlsx](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hN9pUZgYLsYG7ImrdRTHm4678mEQX8Bm/edit?usp=drive_link&ouid=110943434567276212491&rtpof=true&sd=true)

**Дополнительные материалы:**

Статья [“Процент маржи и наценка: в чем разница и для чего бизнесу применять оба показателя.](https://docs.google.com/document/d/1_qX_wiL33t3JP5fwMSM0_DIuyRBMn2pjBrhtx0xFdPY/edit?tab=t.0)