

УДК 658.628

## ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОГО ПЕРЕЧНЯ ЧАЯ, РЕАЛИЗУЕМОГО ПРЕДПРИЯТИЕМ

*Семирханов О.Р., студент 1 курса колледжа агротехнологий и  
бизнеса*

*Научный руководитель – Семирханова О.Н., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

**Ключевые слова:** планирование, товароборот, ассортимент, акции, экономические результаты.

*В статье проводится планирование товароборота от продаж чая, реализуемого торговым предприятием с помощью экономико-статистического метода. С целью стимулирования и увеличения продаж предложены возможные пути совершенствования ассортимента перечня чая. Далее представлены результаты мероприятий по совершенствованию ассортимента чая.*

В современных рыночных условиях необходимость планирования показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность торгового предприятия довольно велика.

Рассмотрим планирование товароборота от продаж чая, реализуемого магазином ИП Хайбулловой Л.С. с помощью экономико-статистического метода, который основан на сглаживании данных о приросте товароборота за ряд лет, предшествующих плановому году (таблица 1).

Сглаживание производится с помощью скользящей средней по трехлетиям. Полученный выровненный ряд скользящих средних величин дает возможность определить среднее изменение прироста объема прибыли:

$$\Delta = (K_n - K_1) / (n - 1) = (K_3 - K_1) / (3 - 1) = (3,62 - 3,03) / 2 = 0,295\%$$

Таким образом, в планируемом году по сравнению с отчетным годом товароборот магазина ИП Хайбулловой Л.С. от продаж чая должен увеличиться в действующих ценах на 4,18%, при этом составит 271194,1 рублей.

Далее рассмотрим возможные пути совершенствования ассортимента перечня чая, предлагаемого ИП Хайбулловой Л.С.

**Таблица 1 – Исходные данные для сглаживания прироста товарооборота чая**

Годы	Условное обозначение	Прирост товарооборота в % к предыдущему году
2012	$k_1$	3,08
2013	$k_2$	2,87
2014	$k_3$	3,14
2015	$k_4$	3,59
2016	$k_5$	4,12

Проанализировав структуру ассортимента чая, используя ABC-анализ, хотелось бы отметить чай «Brooke Bond», вошедший в группу В, является весьма востребованным и популярным среди покупателей. Целесообразно провести акцию к 8 марта, суть, которой будет заключаться в продаже одновременно таких товаров, как чай «Brooke Bond» и шоколадные конфеты «Alpen Gold Composition», стоимость которых при одновременной покупке этих товаров будет на 10% ниже обычной цены [1,2].

При проведении HMD-анализа было выявлено, что такие марки чая как «AMITAVA» и «TESS», вошедшие в группу М, в магазине имеются в небольшом избытке и их позиции близки к лидерам группы Н.

В связи с этим рекомендуем провести акцию, где перечисленные марки чая будут предлагаться покупателям по сниженным ценам. Проведение акции позволит провести работу с имеющимися, у магазина, излишками по рассматриваемым товарам и увеличить объем их реализации. При этом затраты на акцию будут минимальными. Скидку предлагаем проводить в размере 10% от первоначально указанной цены при продаже чая.

В таблице 2 представлена предполагаемая динамика изменения продаж.

Из представленной таблицы видно, что проведение акции по снижению стоимости чая положительно отразится на его продаже.

Результаты предлагаемых мероприятий по совершенствованию ассортимента чая, реализуемого магазином, представлены на рисунке 1.

Предлагаемые мероприятия окажут благоприятное воздействие на ассортиментную политику торгового предприятия, будут способствовать увеличению объемов реализации, а также повысят доходы [3,4].

Таблица 2 – Динамика продаж чая в течение трех недель

Период времени	«AMITAVA»		«TESS»	
	рублей	%	рублей	%
За неделю до акции	764,0	100,0	305,0	100,0
Неделя во время акции	1031,4	135,0	384,3	126,0
Неделя после акции	955,0	125,0	366,0	120,0



**Рисунок 1 - Результаты мероприятий по совершенствованию ассортимента чая, реализуемого предприятием**

Необходимо отметить, что торговое предприятие может не ограничиваться проведением только двумя вышеуказанными мероприятиями. Акции и специальные предложения можно проводить в преддверии праздников, приуроченных разным знаменательным датам или когда при покупке определенного количества товара, последующий будет в подарок или, не предлагая скидку на первую покупку, стимулировать совершение второй, посредством предложения определенной скидки и т.п.

Не стоит забывать и об уровне обслуживания покупателей продавцами магазина. Заботливое и доброжелательное отношение к посетителям способствует удержанию постоянных покупателей, что является немаловажным фактором и позволяет составлять высокую конкуренцию соседним предприятиям.

*Библиографический список*

1. Семирханова, О.Н. Инновационное развитие коммерческой деятельности торгового предприятия в современных рыночных условиях / О.Н. Семирханова, В.А. Асмус; отв. ред. А.А. Сукиасян // Инновационное развитие современной науки: сборник статей меж-

- дународной научно-практической конференции ( в 9 частях).– Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – Часть 2. - С.183-184.
2. Семирханова, О.Н. Управление ассортиментом продукции как инструмент повышения эффективности современного бизнеса / О.Н. Семирханова, С.Ю. Петрякова // Экономика и предпринимательство. – 2014. - №8 (49). – С.813 – 816.
  3. Семирханова, О.Н. Современное развитие коммерческой деятельности в розничной торговле / О.Н. Семирханова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов I международной научно-практической конференции.– Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012. – Часть 2. - С.144-147.
  4. Семирханова, О.Н. Эффективные методы анализа и управления ассортиментом продукции [Электронный ресурс] / О.Н. Семирханова, С.Ю. Петрякова // Концепт: научно-методический электронный журнал. – 2016. – Том 15. - Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/86911.htm>.
  5. Дозорова, Т.А. Коммерческая деятельность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Т.А. Дозорова, О.Н. Семирханова. – 2-изд., перераб. – Ульяновск: УГСХА, 2016. – 162 с.
  6. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.01 «Экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А. Дозорова, В.М. Севастьянова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2017. - 184с.
  7. Дозорова, Т.А. Региональное планирование, прогнозирование и программирование: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки: 38.04.01 Экономика, магистерская программа «Региональная экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А. Дозорова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2017. – 92с.

## **POSSIBLE WAYS TO IMPROVE THE ASSORTMENT LIST OF TEA, IMPLEMENTED BY THE ENTERPRISE**

***Semirkhanov O.R.***

***Keywords:*** *planning, turnover, assortment, stocks, economic results.*

*In the article, the planning of goods turnover from sales of tea sold by a trading enterprise using the economic-statistical method is conducted. In order to stimulate and increase sales, there are suggested ways of improving the assortment list of tea. Further, the results of measures to improve the assortment of tea are presented.*