

УДК 658.628

НЕОБХОДИМЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*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: ассортимент, HML-анализ, HMD-анализ, товароборот, запасы.

В статье проводится исследование ассортимента чая с помощью HML- и HMD-анализа, которые позволяют сохранить контроль над потреблением, оценить затраты на хранение, выявить взаимосвязь между наличием имеющихся товарных запасов и объемом товарооборота, а также обеспечить определенные требования для продажи исследуемых товаров.

Одним из важнейших составляющих торговой деятельности предприятия является товарный ассортимент, предлагаемый населению. Именно поэтому, грамотно сформированный ассортиментный перечень, предлагаемый магазином, позволяет привлечь платежеспособных покупателей и достичь главной цели предпринимательской деятельности – извлечение максимально возможной прибыли от продаж [1,2].

Для классификации чая по стоимости единицы товара проведем HML-анализ, который позволяет сохранить контроль над потреблением в соответствии с ценой/весом, оценить затраты на хранение и обеспечить определенные требования для продажи исследуемых товаров. Результаты HML-анализа представлены в таблице 1.

Из полученных результатов можно сделать вывод о том, что в группу Н вошли 3 наименования чая, являющиеся наиболее ценными для торгового предприятия, поэтому необходимо регулярно следить, чтобы не было большого запаса, затраты на хранение которого могут иметь весомую величину.

Группа М представлена 4 следующими марками чая, которые характеризуются достаточно высоким объемом реализации, так как магазин в основном ориентируется на средне обеспеченное население и такой чай является более доступным для покупателей.

Таблица 1 – HML-анализ чая, реализуемого ИП Хайбулловой Л.С.

№ п/п	Наименование чая	Цена реализации за единицу, руб.	Доля, %	Доля нарастающим итогом, %	Группа
1.	«AMITAVA»	191,0	16,34	16,34	Н
2.	«Brooke Bond»	156,0	13,34	29,68	Н
3.	«Dilmah»	124,0	10,61	40,29	Н
4.	«AKBAR»	104,0	8,90	49,19	Н
5.	«Greenfield»	92,0	7,87	57,06	М
6.	«Азерчай»	80,0	6,84	63,90	М
7.	«Краснодарский»	79,0	6,76	70,66	М
8.	«Lipton»	67,0	5,73	76,39	М
9.	«TESS»	61,0	5,22	81,61	Л
10.	«Принцесса Ява»	60,0	5,13	86,74	Л
11.	«Лисма»	60,0	5,13	91,87	Л
12.	«Беседа»	48,0	4,11	95,98	Л
13.	«Принцесса Нури»	47,0	4,02	100	Л
14.	ИТОГО	1169,0	100	-	-

Оставшиеся наименования чая, вошли в группу L, объем реализации которых характеризуется средним уровнем потребления, поэтому необходимо осуществлять закупку в том количестве, которое потребляется населением, во избежание лишних затрат.

Для этого проведем HMD-анализ ассортимента чая, предлагаемого торговым предприятием потребителям для выявления взаимосвязи между наличием имеющихся товарных запасов и объемом товарооборота чая, реализуемого магазином. Результаты представлены в таблице 2 [3,4].

Исходя из таблицы, можно сделать вывод о том, что в группу Н вошли 8 наименований чая, товарооборот которых находится в высокой и прямой зависимости от товарных запасов, которыми располагает торговое предприятие.

Данные товары всегда должны находиться в наличии, и быть доступны для покупателя. Отсутствие товаров группы Н может привести к значительным потерям в товарообороте, и соответственно, в доходе магазина. Для чая этой группы целесообразно предоставить дополнительные места продаж, либо увеличить их долю на полке, поскольку они являются лидерами продаж.

Таблица 2 – НМД-анализ ассортимента чая

№ п/п	Наименование чая	Коэффициент корреляции	Группа
1.	«Dilmah»	0,95	Н
2.	«Азерчай»	0,88	Н
3.	«Краснодарский»	0,83	Н
4.	«AKBAR»	0,81	Н
5.	«Greenfield»	0,76	Н
6.	«AMITAVA»	0,38	М
7.	«Brooke Bond»	0,71	Н
8.	«Lipton»	0,60	Н
9.	«Беседа»	0,55	Н
10.	«Лисма»	0,17	М
11.	«TESS»	0,33	М
12.	«Принцесса Ява»	0,14	М
13.	«Принцесса Нури»	0,10	М

Группа М представлена оставшимися торговыми марками чая, для которых характерен средний уровень зависимости товарооборота от наличия, имеющихся у магазина, товарных запасов. Они должны приобретаться в том количестве, в котором будут реализованы, поскольку излишки товаров этой группы являются гораздо опаснее для торгового предприятия, нежели их дефицит. Прежде всего это связано с дополнительными затратами на приемку, транспортировку и хранение, которое может возникнуть при излишнем затоваривании.

НМД-анализ можно использовать как самостоятельный метод анализа и управления ассортиментом, которым располагает торговое предприятие, так и в сочетании с АВС-анализом.

Таким образом, оценив данными методами товарный ассортимент, руководство предприятия выявит отрицательные и положительные моменты, определит для себя дальнейший вектор своего развития.

Библиографический список

1. 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.

2. 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.
3. 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>
4. Самоварова, Т.А. Эффективная маркетинговая стратегия как приоритетное направление повышения конкурентоспособности предприятия / Т.А. Самоварова, О.Н. Семирханова // Молодые ученые в решении актуальных проблем науки. Материалы международной научно – практической конференции молодых ученых и специалистов. Секция 3: Управления качеством и конкурентоспособностью потребительских товаров. Экономика АПК. Профессиональное образование: опыт, проблемы, задачи, перспективы развития. 16 – 17 декабря 2015 года. – Троицк: ЮУрГАУ, 2015. – С.169-173.
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 им. П.А. Столыпина, 2016. – 162с.
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: Ульяновская ГСХА, 2017. - 184 с.
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. – 92 с.

NECESSARY METHODS OF RESEARCH AND MANAGEMENT OF THE ASSORTMENT OF GOODS IN ENTERPRISE

Semirkhanov O.R.

Keywords: assortment, HML-analysis, HMD-analysis, turnover, stocks.

The article analyzes the assortment of tea using HML and HMD-analysis, which allow to maintain control over consumption, estimate storage costs, to reveal the relationship between the availability of available inventories and the volume of turnover, and to provide certain requirements for the sale of the goods under study.