

Алексеева М.О.,

студент

3 курс, Институт экономики управления и финансов

Марийский государственный университет

Россия, г. Йошкар-Ола

Тимофеева Е.А.,

студент

3 курс, Институт Экономики, Управления и Финансов

Марийский Государственный Университет

Россия, г. Йошкар-Ола

АССОРТИМЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ЗАО «ТАНДЕР» МАГАЗИН «МАГНИТ» Г. ЙОШКАР-ОЛА РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ

***Аннотация:** В статье анализируется товарная характеристика ЗАО «Тандер» магазин «Магнит» г. Йошкар-Ола Республика Марий Эл.*

***Ключевые слова:** Товарная характеристика, Республика Марий Эл, магазин «Магнит»*

***Annotation:** The article analyzes the commodity characteristics of CJSC "Tander" shop "Magnit", Yoshkar-Ola, Republic of Mari El.*

***Key words:** Product characteristic, the Republic of Mari El, the store "Magnit".*

Перед подачей товаров в торговый зал товары готовят к продаже. Подготовка товаров к продаже заключается в их распаковке, сортировке, очистке, фасовке, упаковке, утюжке, маркировке. Перед доставкой в торговый зал товары маркируют и укладывают в лотки, корзины, ящики, тележки.

Так как в супермаркете "Магнит" имеется очень большой ассортимент товаров, имеющих различный срок реализации и различное время своей

реализации, то в данном магазине используются все три варианта схемы технологических процессов.

Во-первых, это наиболее сложный вариант технологического процесса, который используется при продаже товаров, требующих хранения и предварительной доработки перед подачей их в торговый зал. Для продовольственных товаров – это фасовка, упаковка, разделка отдельных товаров. Для непродовольственных товаров – освобождение от тары, чистка и утюжка швейных изделий, сборка и регулировка технически сложных товаров.

Второй вариант технологического процесса включает хранение товаров, для чего требуются специальные помещения. Осуществление хранения, как правило, диктуется необходимостью организации бесперебойной торговли, когда используемая система снабжения эту бесперебойность обеспечить не в состоянии. Еще один вариант предусматривает, что товар после количественной и качественной приемки сразу поступает для продажи в торговый зал. Такая схема может применяться при сравнительно медленной товарооборачиваемости или при четкой системе товароснабжения. В торговом зале продовольственных товаров супермаркета "Магнит" используется линейная поперечная расстановка оборудования. Она позволяет четко формировать потоки движения покупателей, создает лучшие условия для группировки и размещения товаров, обеспечивает лучший просмотр торгового зала.

В супермаркете "Магнит" при размещении ассортиментных комплексов рядом размещают товары, которые относятся к одной товарной группе, дополняют друг друга, отвечают спросу определенного круга покупателей, а также товары, которые по соображениям организации торгового процесса с соблюдением правил товарного соседства могут быть расположены рядом. В комплексных покупках преобладают сочетания товаров четырех групп: хлебобулочные изделия, молочные продукты, бакалейные товары, гастрономия.

Размещение и выкладка товаров в магазине "Магнит" представлена на рисунке 1.

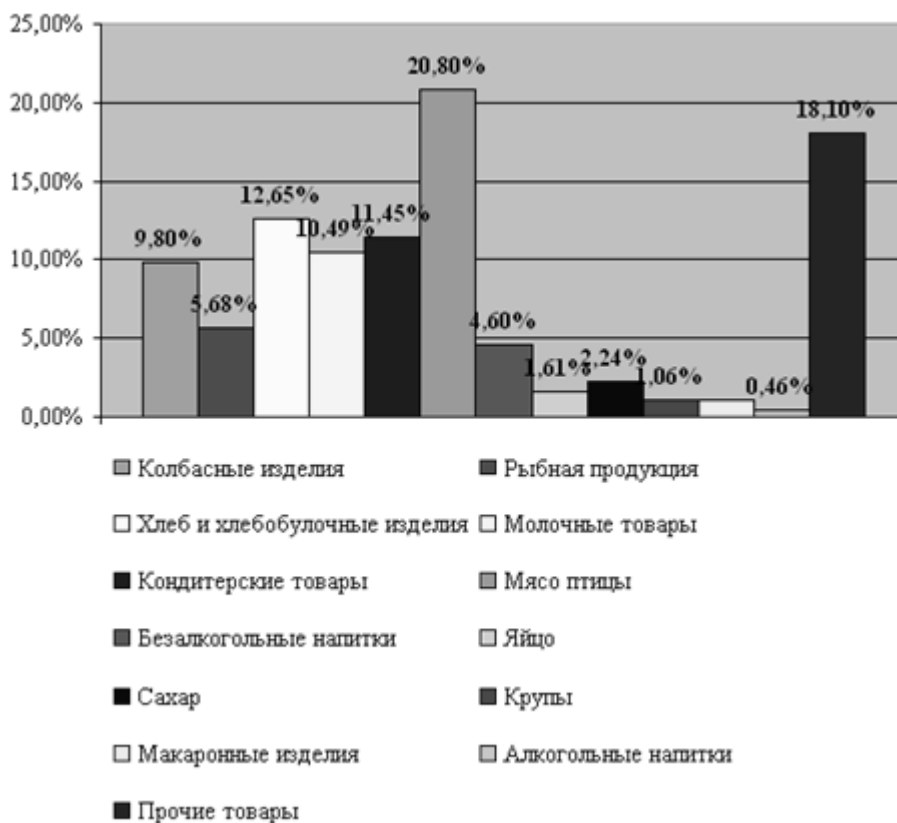


Рисунок 1 - Размещение и выкладка товаров в магазине "Магнит"

Размещение и выкладка товаров с учетом частоты совместных покупок способствуют росту товарооборота. С учетом частоты приобретения различных товаров, напряженности покупательского потока в зоне их размещения, габаритных размеров и потребительских свойств.

Так как в данном магазине для выкладки товаров широко применяют контейнеры, необходимо учитывать не только площадь выкладки, но и ее объем. Применение контейнеров значительно увеличивает количество выкладываемых в торговом зале товаров.

Так как в последнее время для выкладки товаров широко применяют контейнеры, необходимо учитывать не только площадь выкладки, но и ее объем. Применение контейнеров значительно увеличивает количество выкладываемых в торговом зале товаров.

Широта ассортимента ЗАО «Тандер» торговой сети «Магнит» представлена в таблице 1[1].

Таблица 1 - Широта ассортимента ТС «Магнит»[1]

Наименование товаров	Действительная широта, шт.	Базовая широта всего на рынке, шт.	Коэффициент широты, %
Собственное производство	9	15	-
Продукты	21	30	-
Косметика/Бытовая химия	9	14	-
Итого:	39	59	66,1

С помощью широты ассортимента можно сделать вывод, что ассортимент ТС «Магнит» представлен выше 50% барьера по сравнению с конкурентами. Это даёт возможность успешной конкуренции на рынке. Но расширение ассортиментных позиций составляет 20 наименований. Это даёт возможность торговой сети увеличивать возможное предложение. Полнота ассортимента является способностью набора товаров однородной группы удовлетворить одинаковые потребности.

Действительный показатель полноты можно охарактеризовать с помощью фактического количества видов, разновидностей, а также наименований товаров однородной группы. Базовый показатель полноты можно охарактеризовать с помощью регламентируемого или планируемого количества товаров однородной группы.

Коэффициент полноты является отношением действительного показателя полноты к базовому. Полнота ассортимента представлена в таблице 2[1].

Таблица 2 - Полнота ассортимента ТС "Магнит"[1]

Наименование товаров	Действительный показатель полноты	Базовый показатель полноты	Коэффициент полноты, %
Собственное производство	7	13	53,8
Продукты	19	28	67,8
Косметика/Бытовая химия	7	11	63,6

Очень сложно установить возможность, что один сорт сможет заменить другой. Но показатель полноты ассортимента показывает, что практически 54% товара собственного производства удовлетворяет потребности в данном виде, на практически 68% удовлетворяют запросы продукты, и на почти 64% удовлетворяют запросы товары косметики и бытовой химии. Ассортимент в этом случае является рациональным, потому что количество наименований продукции достаточно велико для того, чтобы удовлетворять любые потребности клиентов сверхбольшим количеством названий. Устойчивость ассортимента является способностью набора продукции удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью такой продукции является наличие устойчивого спроса на них. Устойчивость ассортимента представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Устойчивость ассортимента ТС «Магнит»

Наименование товаров	Устойчивая	Действительная	Коэффициент устойчивости
Собственное производство	5	15	-
Продукты	10	20	-
Косметика/Бытовая химия	4	10	-
Итого:	19	45	42

Коэффициент устойчивости является отношением количества видов, разновидностей и наименований продукции, которая пользуется устойчивым спросом у клиентов к общему количеству видов, разновидностей и наименований продукции тех же однородных групп.

Почти половина представленной продукции пользуется устойчивым спросом, несмотря на разность предпочтений клиентов.

Товар обладает устойчивым спросом, в некотором роде не только из-за вкусовых качеств, а ещё и из-за «удобной» невысокой цены.

Обновление не выступает в роли одного из основных направлений ассортиментной политики торговой сети. Как раз наоборот - ставка делается на постоянные предпочтения потребителей. Однако ТС «Магнит» старается вводить новые товары, что у них получается довольно успешно.

В настоящее время важно не только то, какие товары составляют ассортимент магазина, также важен тот факт, как они преподносятся клиенту. На сегодняшний день существует большое количество новейших технологий, которые приносят всё новые, положительные изменения в работу магазинов.

Мультимедийные технологии представляют собой совокупность современных аудиосредств, видеосредств, виртуальных, а также визуальных коммуникаций, которые используются в процессе организации, планирования и управления различных видов деятельности. Мультимедиа технологии широко используются в рекламной деятельности, при организации управления маркетингом средств и методов продвижения товаров и услуг, в обучении и досуговой деятельности. Распространять информацию о пополнении ассортимента ТС «Магнит» возможно не только с помощью рекламных средств, которые находятся за пределами магазинов торговой сети, но и делать это внутри самих торговых залов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт ЗАО «Тандер» магазин «Магнит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magnit-info.ru/>, – свободный – (10.04.2019).