

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

СТЕПАНОВ БОРИС ФЕДОРОВИЧ

*кандидат технических наук, профессор кафедры экономики и управления
Новосибирского технологического института (филиал) ФГБОУ ВО
«Российский Государственный университет имени А.Н. Косыгина»,
Новосибирск Россия*

Email: b_stepanov@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Повышение эффективности продаж торговых предприятий зависит от множества факторов, оказывающих влияние на их деятельность. Одним из ключевых факторов является грамотно разработанная ассортиментная политика, направленная на повышение рентабельности продаж. В работе показана возможность проведения анализа существующей торговой деятельности и направления совершенствования продаж продукции электротехнического назначения.

Ключевые слова: рациональный ассортимент товаров, классификация ассортиментных групп товаров, ABC/XYZ – анализ, рентабельность, направления совершенствования продаж.

WAYS OF INCREASE OF EFFICIENCY OF SALES OF PRODUCTS FOR ELECTRICAL PURPOSES

BORIS STEPANOV

*candidate of technical Sciences, Professor, Department of Economics and
management, Novosibirsk technological Institute (branch) FSBEI "Russian State
University named after A.N. Kosygina", Novosibirsk, Russia*

Email: b_stepanov@mail.ru

ABSTRACT

Increasing the efficiency of sales of commercial enterprises depends on many factors that affect their activities. One of the key factors is a well-developed assortment policy aimed at increasing the profitability of sales. The paper shows the possibility of analysis of existing trading activities and the direction of improving sales of electrical products

Keywords: rational assortment of goods, classification of assortment groups of goods, ABC / XYZ – analysis, profitability, directions of sales improvement.

Формирование рационального ассортимента товаров, управление ассортиментом, в торговом предприятии является одной из важнейших проблем повышения эффективности продаж конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между «старыми» и «новыми» товарами, товаров единичного и серийного производства, а также «наукоемких» и «обычных» товаров. Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции. Она представляет собой направленное построение оптимальной ассортиментной структуры, товарного предложения, при этом за основу принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных товаров, а с другой, — необходимость обеспечить наиболее эффективное использование складских, финансовых и иных ресурсов с тем, чтобы осуществлять торговлю с достаточно низкими издержками [1].

Управление ассортиментом предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности — научно-технической и проектной, комплексного исследования рынка, организации сбыта, сервиса, рекламы, стимулирования спроса. Трудность решения данной задачи состоит в сложности объединения всех этих элементов для достижения конечной цели — оптимизации ассортимента с учетом поставленных стратегических рыночных целей предприятием.

Основные направления в области формирования

ассортимента: сокращение, расширение, стабилизация, обновление, совершенствование, гармонизация. Эти направления в значительной мере дополняют друг друга и определяются такими факторами как спрос и рентабельность. Регулирование этими факторами составляет суть управления ассортиментом.

Формирование новых подходов в процесс формирования ассортимента может осуществляться по следующим этапам:

- 1) Определяется перечень основных групп и подгрупп товаров, реализуемых на предприятии.
- 2) Осуществляется распределение отдельных групп и подгрупп товаров в разрезе потребительских комплексов и микрокомплексов.
- 3) Определяется количество видов и разновидностей товаров в рамках отдельных потребительских комплексов и микрокомплексов.
- 4) Разрабатывается конкретный ассортиментный перечень товаров на предприятии, предлагаемый для реализации обслуживаемым контингентом покупателей.

Данная методика была использована при формировании ассортимента предприятия оптовой торговли продукцией электротехнического назначения ООО «Элим»

Перечень основных групп и подгрупп товаров, реализуемых на предприятии, зависит от формы его товарной специализации и специфики обслуживаемого контингента клиентов.

В соответствии с проведенными группировками товаров были

определены следующие группы электротехнической продукции:

- кабельно-проводниковая продукция (КПП): кабель бронированный; в виниловой изоляции; в резиновой изоляции; из сшитого полиэтилена; контрольный; телевизионный, телефонный; муфты; наконечники; провод; провод самонесущий; эмаль-провод - всего 1121 наименование;

- установочное электротехническое оборудование (УЭО): коробки, патроны, разъемы, удлинители, звонки, коробки установочные и распределительные; розетки, силовые розетки, вилки; удлинители и разветвители всего - 1291 наименование;

- промышленное электрическое оборудование (ПЭО): автоматы; изделия ГЭМ; изолирующие и кабеле-несущие изделия; шкафы; разъединители, разрядники, контакторы; трансформаторы; подстанции разные; предохранители; плавкие всякие предохранители; выключатели автоматические; разъединители, разрядник, Т.гр. ОЗ контакторы; рубильники и комплектующие; силовое оборудование; камеры КСО; КСО 366; панели ЩО-70; ЩО 70-1; ЩО 70-2; подстанции КТП; подстанции КТП ВВ; подстанции КТП ВК; подстанции КТП КК; подстанции мачтовые, столбовые, разные (из группы 2820 наименований);

- светильники, источники света и осветительная арматура (ОСТ): люминесцентные светильники; аварийные и бытовые светильники; газоразрядные; диодные; лампы галогенные; лампы

люминесцентные; компактные люминесцентные; лампы накаливания 230В; лампы газоразрядные высокого давления; встраиваемые; наружное освещение; подвесные светильники; потолочные светильники; прожекторы; специального назначения; светильники уличные и промышленные (из группы 3905 наименования);

- прочее: товары или продукция не вошедшая ни в одну из вышеописанных групп в силу своей индивидуальности и разового или индивидуального заказа, также в эту группу входит продукция мелких ассортиментных групп таких как крепеж, инструмент, системы безопасности и т.д. (из группы 8206 наименования).

Заключительным этапом формирования ассортимента является разработка конкретного перечня товаров, реализуемых предприятием. Основой для разработки конкретного ассортиментного перечня товаров в рамках отдельных их групп, подгрупп и определенного количества разновидностей являются материалы изучения спроса на товары на данном региональном потребительском рынке и результаты внутригруппового анализа оборачиваемости товарных запасов.

В ходе реализации методики были получены следующие результаты:

Проведен анализ конкурентных сил на рынке электротехнической продукции.

1) Проведен анализ ассортиментного ряда и рентабельности его

продаж;

2) Проведен анализ всего ассортимента торгового предприятия с помощью матриц SWOT и PEST анализа и ABC/XYZ. Анализ показал, что имеется возможность для оптимизации ассортимента.

3) Для принятия решения о расширении номенклатуры ассортимента электротехнической продукции, либо об его сокращении, был проведен анализ рентабельности всех товарных групп ассортимента электротехнической продукции. Он показал, что наибольшей рентабельностью продаж обладает КПП - 29,90%, далее ПЭО - 29,45 %, затем ОСТ - 29,24 %, следом категория «прочее» - 5,37 % и в конце обладает наименьшей рентабельностью продаж УЭО – 2,95 %.

В процессе исследования ассортиментной политики магазина ООО «ЭЛИМ» был проведен анализ показателей предлагаемого ассортимента продукции:

1) Ассортимент КПП, реализуемых на предприятии ООО «ЭЛИМ» имеет низкие коэффициенты широты, полноты, новизны и высокие коэффициенты устойчивости.

2) Ассортимент УЭО имеет средние показатели полноты и широты, высокие показатели устойчивости низкие показатели новизны.

3) Ассортимент ПЭО имеет высокие показатели полноты, широты, средние показатели устойчивости и низкие показатели новизны.

4) Ассортимент ОСТ имеет относительно высокие показатели

полноты, широты и устойчивости и низкие показатели новизны.

5) Ассортимент «прочее» имеет относительно высокие показатели полноты, широты и устойчивости и низкие показатели новизны.

6) Все группы товаров представлены в полном объеме, весь ассортимент имеет низкие показатели новизны.

В целях совершенствования учета продаж и повышения их эффективности предлагается расширенная классификация товаров электротехнического назначения:

- кабельно-проводниковая продукция;
- изделия для прокладки кабеля и электромонтажные изделия;
- светотехнические изделия (светильники, прожекторы, фонари, лампы, комплектующие);
- изделия электро-установочные (розетки, выключатели, и др.);
- оборудование низковольтное;
- приборы обогрева и вентиляции;
- инструмент, средства защиты;
- оборудование 6-10кВ;
- системы безопасности.

Такая классификация позволяет:

- оперативно получать более полную информацию об интересующей нас товарной группе;
- отображать изменение спроса на основные группы электротехнической продукции;
- способствовать повышению рентабельности;
- способствовать увеличению каналов распределения товаров.

Таким образом, можно выделить следующие направления совершенствования ассортимента

товаров и повышения ассортимента продукции и
эффективности продаж: более осуществление непрерывного
интенсивное обновление контроля за товарными запасами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Степанов Б.Ф., Шишов И.П., Степанов М.Б. Повышение эффективности организации продаж в оптовом торговом предприятии / Инновации и современные технологии в индустрии моды: Материалы Всероссийской научно-технической конференции (12 декабря 2013 г.) Новосибирский технологический институт (филиал) МГУД. Новосибирск: Новосиб. Гос. Акад. Вод. Трансп.- Новосибирск: НГАВТ, 2013. –с 189-192.

REFERENCES

1. Stepanov B. F., Shishov, I. P., Stepanov, M. B. Improving the effectiveness of sales organizations in the wholesale trading company\ Innovations and modern technologies in the fashion industry: Materials of all-Russian scientific-technical conference (12 December 2013) Novosibirsk technology instiut (branch) MGUD. Novosibirsk: Novosibirsk. GOS. Akad. Waters'. Transp.- Novosibirsk: NGAVT, 2013. - 189-192.