

## Практические рекомендации по повышению эффективности мерчандайзинговой деятельности ООО Бридер

*Лагулова Екатерина Сергеевна*

*Приамурский государственный университет им. Шолом – Алейхема*

*Студент*

### Аннотация

В статье приведены практические рекомендации по повышению эффективности мерчандайзинговой деятельности ООО Бридер. Выявлены основные проблемы и недочёты, которые мешают эффективной работе, которые влекут за собой потерю прибыли. Рассчитаны затраты на мероприятия по совершенствованию мерчандайзинга в супермаркете ООО Бридер.

**Ключевые слова:** Еврейская автономная область, мерчандайзинг, сеть магазинов, основные проблемы и пути их решения.

### Practical recommendations for improving the efficiency of merchandising activities of Breeder LLC

*Lagulova Ekaterina Sergeevna*

*Sholom – Aleichem Priamursky State University*

*student*

### Abstract

The article provides practical recommendations for improving the efficiency of merchandising activities of LLC Brider. The main problems and shortcomings that interfere with effective work, which entail a loss of profit, are identified. The costs of measures to improve merchandising in the supermarket LLC Bryder are calculated.

**Keywords:** Jewish Autonomous Region, merchandising, a network of stores, the main problems and solutions.

Цель исследования: привести практические рекомендации по повышению эффективности мерчандайзинговой деятельности ООО Бридер.

В ходе анализа мерчандайзинговой деятельности в супермаркете ООО Бридер были выявлены основные проблемы и недочёты, которые мешают эффективной работе, которые влекут за собой потерю прибыли. Чтобы избежать этого, мы предлагаем:

1) Решение проблемы неэффективного использования товарной площади, которая составила 40%, от стандартного значения для супермаркетов данного типа, который должен составлять минимум 60%. Мы

предлагаем рассмотреть возможность перепланировки расположение отделов и торгового оборудования с учётом архитектурного фактора.

2) Решение проблемы отсутствия чёткой концепции в выкладке товара мы предлагаем использования сразу перечня приёмов выкладки, например, такие как:

А) Вертикальная, горизонтальная выкладки этот тип выкладки самый распространённый. Он прост в расстановке и удобен для покупателя.

Б) Приём удлинитель полок позволяют повысить эффективность стеллажных выкладок. Они могут быть фанерными, проволочными, металлическими и расширять зону выкладки традиционных стеллажей. Проволочные корзины, в которых навалом складывается уценённый товар, также могут найти применение.

В) Приём стены замка, данный приём подразумевает хорошо продаваемому продукту с яркой упаковкой располагать по бокам, а товар с менее яркой упаковкой располагать по центру, что повысит реализацию данного товара, не в ущерб более популярного брэнду товара.

3) Проблема товарного соседства, вызванная неумением или незнанием совместимости товарных групп и условий хранения. Решение проблемы товарного соседства мы видим ужесточении контроля при выкладке товара на стеллажи и в торговое оборудование.

4) Проблема нарушения правила золотого треугольника мы видим в изначально неэффективной планировке расположения отделов. В данной ситуации решением данной проблемы мы предлагаем произвести перепланировку и в дальнейшем перераспределение отделов в соответствии с правилом золотого треугольника.

5) Проблемы неэффективного использования рекламы и рекламных материалов вызвана нежеланием дистрибьюторов товара в популяризации своего товара среди покупателей с помощью дополнительного вкладывания денежных средств. И в следствии такого отношения и руководства супермаркета переломить данную точку зрения. Решением данной проблемы мы видим попытку на примере одного вида товара продемонстрировать на сколько возрастёт спрос на товар посредством рекламы данного товара в супермаркете, используя рекламные материалы такие как: баннеры, акции, брошюры, тематической выкладки, дегустации.

6) Проблема уровня профессиональных знаний и умений у персонала ярко демонстрируется путём выявления такого количества грубейших ошибок в системе мерчандайзинга супермаркета. Решение данной проблемы мы видим в предоставлении курсов по повышению квалификации и получению новых знаний о стандартах и приёмах в современных рыночных условиях мерчандайзинга персоналу супермаркета. К таким курсам можно отнести: тренинги по теоретическим основам мерчандайзинга, общим особенностям выкладки, тренинги по особенностям и принципам выкладки отдельных товаров, тренинги по новинкам - необходимо подробное описание свойств и преимуществ товара, а также информация о принципах его выкладки.

Также существуют проблемы не так ярко бросающиеся в глаза, но тоже немало важные, а именно:

- 1) Контроль за чистотой полок и проходов. Эту проблему мы считаем можно решить, усилив контроль за торговым персоналом, отвечающим за уборку торгового зала и систематическими проверками.
- 2) Проблема отсутствия навигации и разметок. Данную проблемы, по нашему мнению, можно решить устройв обход торгового зала для выявления отсутствия разметок, указателей в отделах где их нет и дальнейшая установка разметок и указателей в местах их отсутствия.
- 3) Проблема заваленности полок товарам. Мы считаем, что данную проблему можно решить путём ужесточения контроля за выкладкой товара, проведения аудита позиций плохо продаваемого товара и проведение акций по его продаже либо отказ от данного вида товара и удаление его из ассортиментной базы путём замены его на более реализуемый.

Скорейшее решение данных проблем позитивно отразиться на покупательской активности, что в результате скажется на прибыли супермаркета ООО Бридер.

Предложенные пути решения заявленных проблем следующим образом повлияют на состоянии мерчандайзинга в супермаркете ООО Бридер:

1) Отсутствие чёткой системы при наборе на работу персонала в сфере мерчандайзинга приводит к снижению эффективности функционирования компании, то есть потери её прибыли. А значит, введение необходимых инструкций и разработка плановграмм позволит оптимизировать процесс работы торгового персонала и повысить эффективность их действий. К тому же чётко сформулированные требования легко поддаются корректировке, а периодически проводимые проверки на основе инструкций позволяют проводить проверку по чётко выделенным направления, а также легко выявить недостатки в работе и просчёты в планах.

2) Организовать эффективную систему контроля можно путём развития собственной документации аудита. На первоначальном этапе можно привлечь консультанта для помощи по внедрению системы. В данной работе предлагается эту работу ввести в обязанности супервайзера, что не понесёт лишних затрат, лишь увеличение фонда заработной платы для новой должности. Также процедуру аудита можно рассматривать как элемент системы нематериальной мотивации персонала.

3) Введение должности также имеет положительный эффект. Основной задачей мерчандайзеров будет контролировать наличие на полках всех товаров, включённых в ассортиментную базу, а в случае их отсутствия предоставлять информацию на склад по необходимым закупкам, включению определённых товарных позиций в ближайший заказ и выставление всей недостающей продукции из матрицы в торговом зале.

4) Обучения персонала и тренинги позволят постоянно совершенствоваться знаниям мерчандайзеров, находить новые решения при работе с товаром, а также позволят детально понять взаимосвязь их работы и увеличения прибыли предприятия, что может послужить мотивацией для улучшения работы. К тому же новые знания помогут оптимизировать мерчандайзинговую деятельность, а обучающие тренинги позволят найти более эффективные пути управления работой мерчандайзеров.

При этом стоит отметить, что затраты будут заключаться только в том, чтобы увеличить фонд заработной платы для вновь пришедших работников и для системы обучения специалистов по мерчандайзингу. При этом, стоит сразу сфокусировать внимание на то, что кандидаты должны иметь маркетинговое образование либо обучение по специальности коммерция, это обеспечит базовый уровень знаний, необходимых для работы в должности мерчандайзера, что позволит уменьшить затраты на обучение потенциальных работников.

При данных нововведениях прибыль способна увеличиться практически в полтора раза, за счёт внешней привлекательности торгового зала, оптимизации ассортимента. Немаловажным фактором повышения эффективности будет введение новых должностей, что поможет разграничить обязанности разного рода работников, что сократит круг обязанностей, а значит, позволит больше сконцентрироваться на собственной работе. В целом, хотя это и достаточно длительный по времени процесс, требующий финансовых затрат, но это позволит в быстрые сроки окупить внесённые временные, трудовые и денежные затраты и начнёт приносить прибыль.

Затраты на реализацию данных нововведений можно представить в виде таблицы.

Таблица 1 - Затраты на мероприятия по совершенствованию мерчандайзинга в супермаркете ООО Бридер

Элемент мерчандайзинга	Вводимые мероприятия	Требуемые затраты
Персонал	Обучение персонала – Тренинги.	Стоимость тренингов около 100 тысяч рублей
Ассортимент	Оптимизация ассортимента - распродажа товаров, имеющих маленькую долю в товарообороте.	Недополученная прибыль супермаркета в размере акции.
Торговый зал	Осуществление ежедневного контроля за чистотой полок и продукции.	Входит в обязанности персонала и не требует затрат.
	Разработка	и Изготовление

	изготовление и замена вывесок, указатели, разметок.	указателей, разметок, вывесок около 50 тысяч рублей.
	Совершенствование расположения отделов.	Осуществляется персоналом торгового супермаркета и не требует дополнительных затрат.
Выкладка	Ежедневный контроль за наличием товара и состоянием ценников.	Входит в обязанности персонала и не требует затрат.
	Создание стандартов выкладки товара и планограмм.	Входит в обязанности персонала и не требует затрат.

Итого, затраты на нововведения в супермаркете ООО Бридер составят 150 тысяч рублей. Исходя из этого, можно предположить, что при введении данных мер даже в зимний период времени, когда покупательский спрос снижается и прибыль в соответствии тоже падает, данные меры окупятся в кратчайший срок. Возьмём товарооборот за один год, например, 2019 год и спрогнозируем его увеличение за счёт внедрение предлагаемых нами мер по мерчандайзингу и можно увидеть, что прирост чистой прибыли увеличился на 5% от чистой прибыли супермаркета, которая в разы больше потраченных затрат на предлагаемые нововведения.

### **Библиографический список**

1. Баранов В. В., Зайцев А. В., Соколов С. Н. Исследование систем управления: учебное пособие. М. : Альпина Пабlishер, 2017. 216 с.
2. Васильева Е. А., Акканина Н. В., Васильев А. А. Логистика : учебное пособие. Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. 144 с.
3. Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник для вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 511 с.