

БАЛЯСНИКОВА А. А., студент 4 – ИИЭиГО (СамГТУ)  
Научный руководитель ГРАНКИНА С.В., к.э.н., доцент (СамГТУ)  
г. Самара

## РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

«Восток-сервис» как предприятие по производству рабочей одежды было открыто группой студентов МАИ 24 сентября 1992 года. В первые годы существования предприятия уже были организованы первые поставки рабочей одежды и обуви на Дальний Восток, начала работать первая складская база готовой продукции в Московской области, были открыты филиалы в Рязани, Твери, Омске и 8 других городах.

Общество с ограниченной ответственностью «Самара-Восток-Сервис» было зарегистрировано 5 декабря 1996 года. На сегодняшний день предприятие занимается производством, оптовой и розничной торговлей спецодежды и СИЗ. Розничная сеть включает в себя 280 магазинов в России и странах СНГ, таких как Беларусь, Казахстан и Азербайджан.

Компания имеет собственное производство, при этом ежегодно происходит обновление около 10-15% ассортимента за счет производства новых товаров с использованием современных технологий. «Восток-Сервис» входит в рейтинг крупнейших компаний данной отрасли, имеет более 12 тысяч товаров для безопасного труда, которое нашли свое отражение в каталоге компании [1].

Собственная производственная база «Восток-Сервис» включает в себя 25 фабрик, 18 из которых швейные, 3 — обувные, а также по 2 фабрики производства перчаток и респираторов. Система менеджмента качества компании соответствует стандарту ГОСТ Р ИСО 9001-2015.

Совместно с партнерами производство продукции под собственными брендами осуществляется с заботой о природе. Компания участвует в переработке отслуживших СИЗ, выпускает обувь из вторичных материалов и утилизирует отходы производства. На предприятиях регулярно происходят модернизации, направленные на сокращение теплопотерь, энергосбережение, управление отходами и использование экологичного сырья и разлагаемых упаковок.

Деятельность «Восток-Сервис» социально ориентирована: условия труда являются комфортными для каждого сотрудника. Компания не видит преград для карьерного роста и готова обучить новым навыкам любого желающего, принимает на работу сотрудников вне зависимости от их возраста и квалификации. Главный принцип в работе с персоналом – равные права вне зависимости от занимаемой должности.

«Восток-Сервис» заботится о здоровье собственных сотрудников, членов их семей и общества в целом. Ежегодно проводятся корпоративы на свежем воздухе, где присутствуют семьи сотрудников; компания является постоянным участником «Гонки героев», партнером спортивных клубов, в том числе и детских, имеет собственную футбольную команду, а также пропагандирует отказ от курения.

Розничная торговля ООО «Самара-Восток-Сервис» осуществляется по двум основным направлениям: фирменная торговая сеть, включающая в себя две торговые точки стандартного формата, и посыльная торговля, направленная преимущественно на клиентов из удаленных регионов [2].

Внутри магазина используется формат торговли по образцам. На витринах представлен базовый ассортимент товаров, в ознакомлении с которым активно помогают продавцы-консультанты, однако выкладка состоит из малой части ассортимента и ориентирована больше на оптового покупателя.

После выбора подходящей модели продавец приносит со склада нужную модель подходящего размера, и покупатель имеет возможность примерить ее и принять окончательное решение о покупке. Данная система продаж часто воспринимается покупателями негативно из-за долгого ожидания товаров.

Розничный магазин представляет собой компактную торговую площадь. Это пространство организовано следующим образом:

- торговый зал с витринами, где представлены образцы продукции;
- кассовый узел, рядом с которым размещены примерочные кабины;
- складское помещение, находящееся на территории, которое обеспечивает как розничную, так и оптовую логистику;
- технические и подсобные помещения.

Склад оснащен многоуровневыми стеллажами, продукция аккуратно упакована в коробки и систематизирована по брендам, категориям товаров и размерам.

Все товарные запасы отражены в единой цифровой базе, которая ежедневно обновляется, что позволяет оперативно управлять остатками.

Также на территории одного из магазинов располагается офисная зона, в которой работают специалисты различных подразделений по оптовой торговле, безопасности труда, финансам, персоналу и т.д.

Поставка продукции осуществляется как с собственных заводов «Восток-Сервис», так и от внешних производителей. Это позволяет обеспечивать высокое качество реализуемой продукции и широкий её ассортимент при контролируемой себестоимости.

Компания реализует свою продукцию и через собственный интернет-магазин [3]. Здесь клиент может подробно ознакомиться с характеристиками товара и выбрать способ получения, среди которых есть самовывоз из

ближайшей торговой точки сети, доставка до пункта выдачи или адресная доставка курьером СДЭК.

Среди розничных покупателей онлайн-магазин не имеет большой популярности, через него практически не происходит прямых продаж: пользователи заходят на сайт с целью ознакомления с характеристиками товаров и ценами.

Среди характеристик можно сразу ознакомиться с защитными свойствами, рекомендациям по уходу, типом материала, размерной сеткой, определить соответствие стандартам ГОСТ, а также увидеть, как выглядит модель с разных сторон и как она будет смотреться на человеке.

Целевая аудитория компании выглядит следующим образом:

- мужчины и женщины 25-60 лет;
- индивидуальные предприниматели и самозанятые, дачники, туристы, рыбаки и охотники, повара и кондитеры;
- взрослые люди, желающие приобрести повседневную одежду.

Ассортимент торговой сети имеет узкую специализацию и включает в себя спецодежду, средства индивидуальной защиты и повседневную одежду. Важно отметить, что компания использует единую товарную матрицу как для оптовых, так и для розничных покупателей. Ассортимент постоянно обновляется с учетом потребностей различных отраслей, сезона и региональных особенностей.

В магазинах ООО «Самара-Восток-Сервис» в основном представлена спецодежда и СИЗ, которые, как правило, компании закупают оптом. При этом в каталоге товаров представлены позиции, которые являются более привлекательными для частных покупателей. Среди них можно выделить джинсы и брюки, футболки, водолазки, рубашки, рубашки-поло, толстовки и куртки, жилеты, кепки, шапки, перчатки, летнюю, демисезонную и зимнюю обувь. Они представлены в узком ассортименте и в основном только для мужчин. Однако ООО «Самара-Восток-Сервис» является филиалом холдинга «Восток-Сервис», в связи с чем не может принимать самостоятельные решения по введению новых позиций или исключению имеющихся.

Данные товары пользуются стабильным спросом и являются неотъемлемой частью гардероба значительной части населения – как представителей рабочей силы, так и обычных граждан. О том, что покупатель имеет возможность приобрести одежду, имеющую повседневный спрос, узнают лишь фактические посетители магазина, которые приходят за товарами для работы.

Женщины составляют не более 5% от общего числа покупателей; около 25% женщин уходят из магазина неудовлетворенными и без покупок. Это происходит из-за того, что в магазинах представлены единичные модели спецодежды для женщин, хотя спрос на данную одежду существует, поскольку некоторые женщины являются медицинскими работниками, работают в сферах ЖКХ, общепита, сельского хозяйства и др.

Существование высокого спроса на спецодежду и СИЗ среди женщин подтверждает Министерство Труда РФ, которое установило, что 49% рабочей силы в России составляют женщины. Это является одним из наиболее больших показателей по всему миру и подтверждает, что «Самара-Восток-Сервис» имеет значительный нереализованный потенциал для расширения клиентской базы [4].

Учитывая специализацию, также стоит рассмотреть ассортимент спецодежды, которая имеет повышенный спрос у частных покупателей. Это одежда для туризма, рыбалки и охоты, ремонта и дачи, а также защита от клещей. Фактически, данные товары уже присутствуют в каталоге, однако либо находятся в дальних углах торговой площади, либо вовсе отсутствуют на прилавке, что создает впечатление их отсутствия.

Товары повседневного спроса и товары для туризма не реализуются в максимально возможном объеме, но имеют потенциал для увеличения своей популярности.

Наиболее популярными товарами в магазине являются средства защиты рук и одежда, защищающая от общих производственных загрязнений; в группу также входят товары повседневного спроса, такие как футболки, джинсы и т.д.

Одежда от повышенных температур и средства защиты дыхания являются стратегически важными для компании и сопутствующими для покупателей, сокращение их количества на витринах также является недопустимым и необоснованным.

Несмотря на общий рост количества проданных позиций в 2024 году, можно также отметить падение продаж по таким товарам, как демисезонная и утепленная обувь, средства защиты дыхания.

Таким образом, несмотря на нахождение на лидирующих позициях, ООО «Самара-Восток-Сервис» сталкивается с рядом внутренних и внешних вызовов для развития розничной торговли. Среди основных рекомендаций можно выделить усиление маркетинговой активности в отношении розничного потребителя, развитие онлайн-продаж и мониторинг конкурентной среды [5]. Решение данных проблем позволит компании укрепить свои позиции на рынке розничной торговли, улучшить финансовые показатели и занять абсолютно лидирующую позицию на рынке спецодежды и СИЗ в России.

#### Список литературы:

1. ООО «Восток-Сервис» [Электронный ресурс] // Официальный сайт. – Режим доступа: <https://vostok.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
2. Гранкина, С. В. Инновации в системе продаж предприятия / С. В. Гранкина, Е. А. Поляшова // Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития Российской Федерации : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 01–02 марта 2023 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации,

Государственный университет управления. Том Выпуск 2. – Москва: Государственный университет управления, 2023. – С. 18-20.

3. Берсенев, В. Р. Развитие технологий Интернет-маркетинга предприятий малого бизнеса / В. Р. Берсенев, Е. Д. Шпак, С. В. Гранкина // Столыпинский вестник. – 2023. – Т. 5, № 6.

4. Бабичев, Д. А. Трейд-маркетинг как инструмент повышения эффективности предприятия / Д. А. Бабичев, С. В. Гранкина // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики : Сборник трудов Международной научно-практической конференции, Самара, 09–10 ноября 2022 года / Отв. редактор О.А. Горбунова. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2022. – С. 9-13.

5. Гранкина, С. В. Омниканальность как направление развития российского ритейлера / С. В. Гранкина // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 6(131). – С. 819-823.