

ВЫКЛАДКА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «ФОРМЭЛЬ» И ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Выкладка товаров — расположение, укладка, показ товаров на торговом оборудовании или на площади торгового зала, используемой для демонстрации товара [1, с. 357]. Эффективность выкладки в значительной степени определяется способами и приемами, используемыми в магазине для демонстрации различных товаров. При системном подходе к анализу и повышению эффективности выкладки товаров в торговом зале может стать инструментом увеличения продаж и прибыльности магазинов.

Оценка эффективности выкладки товаров проводилась на материалах фирменного магазина одежды «Формэль», расположенного по адресу пр. Дзержинского, 91. В процессе анализа было выявлено, что показатели эффективности использования торговой площади магазина не соответствуют оптимальным значениям, а именно:

- коэффициент установочной площади составляет 0,22, что ниже рекомендуемого значения для магазинов одежды с торговой площадью 75 м² (0,32); коэффициент экспозиционной площади — 0,53, что также ниже рекомендуемого значения (0,66);
- коэффициенты эффективности использования установочной и экспозиционной площадей оказались ниже единицы (0,74 и 0,8 соответственно), что говорит о недостатке торгового оборудования в торговом зале, а также плоскостей для выкладки товаров, в результате чего магазин недополучает выручку от реализации.

Анализ выкладки отдельных видов товаров, реализуемых в магазине «Формэль», показал недостаточно эффективное использование экспозиционной площади:

- значения коэффициентов эффективности выкладки чулочно-носочных изделий, а также верхнего трикотажа (мужского, женского, детского) меньше 1, что свидетельствует о том, что размер выкладки данных видов товаров и их выставочный запас на полках недостаточен;
- значения коэффициентов эффективности выкладки бюстгалтеров, а также мужского бельевого трикотажа значительно превышают 1, следовательно, данным видам товаров отведено слишком много места на полках.

В целях повышения эффективности выкладки товаров в фирменном магазине «Формэль» было предложено проведение следующих мероприятий:

- 1) приобретение дополнительного оборудования — двух пристенных стеллажей, установочная площадь которых в сумме составит

5,6 м², а экспозиционная — 19,4 м². Установка стеллажей позволит повысить коэффициент установочной площади до 0,26, что является минимально допустимым значением. Коэффициент экспозиционной площади, в свою очередь, составит 0,66 и будет соответствовать оптимальному. В результате проведения данного мероприятия ожидается увеличение выручки от реализации на 24,7 %;

2) изменение (пересчет) экспозиционных площадей, занимаемых отдельными видами товаров с учетом их доли в выручке от реализации магазина, а именно: необходимо произвести сокращение доли выкладки бюстгальтеров и мужского бельевого трикотажа и увеличение доли выкладки чулочно-носочных изделий и верхнего трикотажа;

3) внедрение электронных дисплеев вместо традиционных статичных POS-материалов будет способствовать привлечению покупателей, акцентируя их внимание как на тех или иных товарах, так и на проводимых в магазине акциях.

Мероприятия, предложенные для фирменного магазина «Формэль», экономически обоснованы и будут способствовать повышению эффективности выкладки одежды.

Источник

1. *Платонов, В. Н.* Организация и технология торговли : учебник / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. — Минск : БГЭУ, 2017. — 426 с.