

да. В ходе лабораторных исследований была разработана оптимальная рецептура нового напитка с количественным добавлением меда (его качество подтверждается соответствующей НТД в полном объеме) в обезжиренное молоко, соответственно, 3,5 и 7 % от его объема. В качестве контрольного образца было взято молоко питьевое жирностью 2,5 %, производимое на молочном заводе. Результаты были получены в ходе экспериментальных исследований на базе учебно-испытательной лаборатории товароведения и экспертизы продовольственных товаров УО «БГЭУ».

Указанные выше предложения могут представлять интерес для производителей молочной продукции с точки зрения полученных результатов, а также служить основой для разработки технических условий и технологии производства на данный продукт.

Таким образом, молочный напиток, полученный из обезжиренного молока с добавлением меда, достаточно прост по способу получения и позволяет расширить ассортимент нежирной молочной продукции, обеспечив при этом организм человека биологически активными веществами. Данный молочный напиток может быть рекомендован для употребления широким группам населения.

**Е.А. Шеремет**, канд. техн. наук, доцент  
**И.С. Карпушенко**, ст. преподаватель  
ВГТУ (Витебск)

## СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВОГО ПРОСТРАНСТВА МАГАЗИНА

Известно, что грамотная ассортиментная политика обеспечивает торговой организации лидерство в конкурентной борьбе и преимущество в завоевании покупателей. Значительный информационный ресурс для разработки направлений совершенствования ассортимента представляют собой данные, характеризующие эффективность использования торговых площадей. Традиционно для определения степени рациональности использования торговой площади магазина рассчитывают коэффициенты установочной и выставочной площадей. Однако эти показатели не являются ключевыми. Гораздо более информативным является показатель товарооборота с 1 м<sup>2</sup> торговой площади или его относительный аналог — коэффициент эффективности использования торговых площадей:

$$K_{\text{ЭП}} = \frac{T_{\text{об}}^{\%}}{S_{\text{ТЗ}}^{\%}},$$

где  $T_{\text{об}}^{\%}$  — доля товарной группы (отдела магазина) в общем товарообороте, %;  
 $S_{\text{ТЗ}}^{\%}$  — доля площади, занимаемой товарной группой (отделом магазина) в общей площади торгового зала, %.

Информативность этих показателей более высокая, потому что при их расчете учитывается такая экономическая характеристика, как товарооборот — ключевой показатель работы торгового предприятия. Более того, они позволяют структурировать торговое пространство в разрезе товарных групп или отделов магазина.

Для практического подтверждения изложенных выше теоретических положений проведена оценка эффективности использования торговых площадей одного из крупных магазинов г. Витебска, специализирующегося на продаже бытовой техники, электроинструментов, хозяйственных товаров, сантехники, мебели для ванных комнат, бытовой химии и т.п. На начальном этапе рассчитаны коэффициенты установочной ( $K_y$ ) и выставочной ( $K_b$ ) площадей, которые составили 0,30 и 0,73 соответственно. Данные значения соответствуют оптимальным ( $K_y \in [0,27 \div 0,32]$ ,  $K_b \in [0,7 \div 0,8]$ ), что формально свидетельствует об эффективности использования торговой площади. Однако последующий расчет показателя товарооборота с 1 м<sup>2</sup> торговой площади и коэффициент эффективности использования торговых площадей дал более объективную картину. Условно торговая площадь магазина разделена на четыре зала в зависимости от специфики назначения реализуемого товара. Сведения о товарообороте по каждому торговому залу и занимаемой им площади позволил рассчитать коэффициент эффективности использования торговых площадей  $K_{\text{эти}}$  (см. таблицу).

Результаты расчета показателей эффективности использования торговых площадей

№ ТЗ	Товарная специфика зала	Товарооборот, млн р.	Площадь ТЗ, м <sup>2</sup>	Товарооборот на 1 м <sup>2</sup> млн р.	$K_{\text{эти}}$
1	Бытовая химия	92,0	44	2,1	0,20
2	Мебель и принадлежности для ванной комнаты	2006,1	88	22,8	2,20
3	Хозяйственные товары	272,0	254	1,1	0,10
4	Электробытовые товары	5565,3	380	14,7	1,41

Данные таблицы демонстрируют низкие значения  $K_{\text{эти}}$  для 1 и 3 торговых залов (значения  $K_{\text{эти}} < 0,6$  считаются «неблагополучными»). Значения  $K_{\text{эти}}$ , превышающие единицу, свидетельствуют об эффективном использовании торговой площади. Для выявления причин и разработки направлений повышения эффективности использования торговых площадей в 1 и 3 залах магазина поведен АВС-анализ. Он позволил установить товарные позиции, по которым возможно расширить (углубить) ассортимент, и те, которые можно сократить. Кроме того, торговому предприятию предложены варианты изменений планировки и выкладки товаров, способствующие повышению эффективности использования торговых площадей.