

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ

аспірант **Тимохіна Я.О.**, студент гр. МК-21 **Тесленко Л.А.**

Стрімких обертів у своєму розвитку як ефективний інструмент маркетингових комунікацій у сучасних умовах набуває мерчандайзинг, головним завданням якого є створення потрібного емоційного стану у покупців. Фахівці вважають: «Продавати потрібно не товар, а емоції, які разом з ним купують люди» [1]. За допомогою правил мерчандайзингу торгові точки та виробники продукції забезпечують: збільшення об'ємів продажу, престижність своєї марки продукції, підвищення популярності товару серед споживачів.

Основними елементами ефективного мерчандайзингу є: викладення товару та оформлення місця продажу (розміщення основного та додаткового торговельного обладнання, розміщення рекламно-інформаційних матеріалів) [1,2]. Викладення продукції на полицях необхідно здійснювати згідно з перевіреними на практиці правилами. Відповідно до законів мерчандайзингу, для створення конкурентних переваг товару його необхідно розмішувати в місцях найбільших продажів. Щоб просувати продукцію у роздрібній торгівлі застосовують такі основні правила мерчандайзингу: розташування товару по ходу покупця від дорогого до дешевого, великі упаковки розташовуються на нижніх полицях, товар розташовується блоками по товарних марках в кожній товарній групі; якщо одна і та ж торгова марка випускається в різних товарних групах, то вони повинні розташовуватися в різних місцях, поруч з аналогічними товарами інших торгових марок.

Щодо планування площі магазину, першими у торгових приміщеннях є відділи з товарами, які швидко псуються, відділи з товарами повсякденного попиту (наприклад, хлібобулочні) розміщуються в кінці магазину. Це заохочує покупців рухатися по всьому периметру магазину, дозволяє збільшити кількість імпульсивних покупок, а значить збільшить і обсяги продажів у торгівельній точці в цілому. Правильне розміщення рекламно-інформаційних матеріалів відіграє не менш важливу роль. Рекламні матеріали, що містять інформацію про товар і виробника (плакати), виготовляються самим магазином або виробником. Також для просування товару в магазині проводяться демонстрація рекламного відео- або аудіоролика, організація додаткових викладень товару в торговому залі (палети, фірмові стійки виробника).

Необхідною умовою ефективного мерчандайзингу є збір маркетингової інформації для замовника та контроль товарних запасів. Маркетингова інформація для замовника збирається в кожній торговій точці і складається з наступних показників: роздрібна ціна, асортимент, кількість фейсінгов продукції замовника, роздрібна ціна і асортимент продукції конкурентів, наявність і місце розміщення рекламно-інформаційних матеріалів та спеціального обладнання замовника і конкурентів, товарні залишки продукції замовника. Для того, щоб підвищити професіоналізм продавців мерчандайзер повинен займатися навчанням персоналу торгових точок і надавати всю необхідну інформацію про продукцію (розповідати про продукцію, її якість, про те, як краще продавати даний товар, кому він призначений). Це може змінити ставлення покупців як до продукції окремого виробника, так і до магазину в цілому.

Отже, мерчандайзинг відіграє важливу роль у маркетинговій діяльності підприємства, оскільки прийоми мерчандайзингу заохочують покупців до покупки. Застосування правил мерчандайзингу створює зручні умови для створення покупки, а значить може значно збільшити обсяги продажу в торгових точках.

1. Основные составляющие мерчандайзинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.on-lan.ru/marketing/osnovnyye_sostavlyayushhie.php

2. Складові мерчандайзингу та його прийоми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/13670306/ekonomika/skladovi_merchandayzingu_yogo_priyomi

Тимохіна, Я.О. Основні елементи мерчандайзингу [Текст] / Я.О. Тимохіна, Л.А. Тесленко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 243-244.