

## **Мерчандайзинг як комплексний засіб підвищення ефективності діяльності підприємства**

**Д.М. Величко**

**С.Б. Розумей**

Найчастіше купівля товару здійснюється не за попередньо складеним переліком, а імпульсивно – за принципом «прийшов-побачив-купив». Проте навіть при запланованій купівля товару 7 з 10 споживачів приймають рішення про вибір певного товару в торговому залі. За рахунок комплексної викладки товару, при використанні мерчандайзингу, що стимулює імпульсивні купівлі товару, споживачеві легше зробити свій вибір керуючись порівняльними характеристиками аналогічного товару. Мерчандайзинг – це комплекс заходів, що спрямовані на збільшення прибутку за рахунок правильної організації простору торгової точки, розміщення товару на місцях продажу та викладці товарних одиниць в місцях продажу. Сучасна роздрібна торгівля неможлива без знань психології споживачів, і тому нині активно використовують засади мерчандайзингу. Головне правило мерчандайзингу: «Потрібний товар в потрібному місці в потрібній кількості». Використання різних методів мерчандайзингу дозволяє найбільш вдало представити товар, і як наслідок підвищити ефективність діяльності підприємства.