

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Министерство образования Республики Беларусь, ул. Войкова, 21, 225404 Барановичи, Республика Беларусь, ¹+375298296201, kost.elena80@mail.ru, ²+375333531615, zhihar.veronika@yandex.by

ОСОБЕННОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИМЕНЕНИЯ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА (НА ПРИМЕРЕ УСЛОВНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ)

Исследовано понятие «мерчендайзинг», определены особенности его применения организациями. Проведен анализ скрытых психологических «ловушек» для покупателей. Исследованы особенности применения средств мерчендайзинга условным предприятием. Проведен расчет эффективности мерчендайзинга условного предприятия на примере одного из магазинов сети. Рассмотрены основные пути совершенствования мерчендайзинговой деятельности.

Ключевые слова: мерчендайзинг; продажи; выкладка товаров; стимулирование продаж.

Рис. 3. Библиогр.: 10 назв.

Е.А.Kostiukevich¹, V.A. Jihar²

Baranovichi State University, Ministry of Education of the Republic of Belarus, ul. Voikova 21, 225404 Baranovichi, Republic of Belarus, ¹+375298296201, kost.elena80@mail.ru, ²+375333531615, zhihar.veronika@yandex.by

PECULIARITIES OF EFFECTIVE APPLICATION OF MERCHANDISING (ON THE EXAMPLE OF THE COMPANY)

The concept of "merchandising" is investigated, the features of its use by organizations are defined. The analysis of hidden psychological "traps" for buyers. The features of the use of merchandising tools by the company have been investigated. The merchandising efficiency of the company was calculated using the example of one of the stores. The main ways of improving merchandising activities are considered.

Keywords: merchandising; sales; display of goods; sales promotion.

Fig. 3. Ref.: 10 titles.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Рамазанов, И. А. Мерчендайзинг в торговом бизнесе : учеб. пособие / И.А. Рамазанов. – М. : Деловая литература, 2002. – 314 с.
2. Зыбин, О.С. Мерчендайзинг розничного торгового предприятия / О.С Зыбин, А.Л. Киятов // Наука XXI века: актуальные вопросы, инновации и векторы развития: материалы Междунар. (заочной) науч.-практ. конф., Минск, 19 апр. 2018 г. / Выдав. «Навуковы свет»; редкол.: А.И. Вострцов [и др.]. – Минск, 2018. – С. 143-151.
3. Канаян, К. Мерчендайзинг / К. Канаян, Р. Канаян. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 236 с.
4. Табарова, Л.Г. Умный мерчендайзинг / Л. Г. Табарова. – М. : Дашков и К, 2009. – 160 с.
5. Берман, Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс, Р. Джоэл. – М. : Вильямс, 2013. – 1184 с.
6. Албычаков, С.И. Мерчендайзинг как инструмент влияния на потребителей / С.И. Албычаков, И.И. Албычакова, Д.Б. Дугаржапова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2013. – №9. – С. 74–75.
7. Веллкофф, А. Мерчендайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями / А. Веллкофф, Ж-Э. Массон. – М. : Изд. Дом Гребенникова, 2004. – 280 с.
8. Климченко, Л. Внимание: выкладка товара / Л. Климченко // Гермес. – 2005. – № 6. – С. 21–24.
9. Егоров, В.Ф. Организация торговли : учеб. для вузов / В.Ф. Егоров. – СПб. : Питер, 2006. – 352 с.
10. Мерчендайзинг молочной продукции [Электронный ресурс] // Коммуникационное агенство Nord Star– 2018. – Режим доступа : <http://www.nord-star.spb.ru/blog-merchandising/merchandizing-molochnoj-produktsii>. – Дата доступа : 18.10.2018.
11. Катаева, Н.Н. Подходы к оценке эффективности мерчендайзинга / Н.Н. Катаева // Экономика и социум. – 2014. – № 02 (11) – С. 142-151.