

УДК 339.13

Долгошеев Віталій, Бурліцька Оксана

Dolhosheev Vitaliy, Burlitska Oksana

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ ЗАЛЕЖНО ВІД
ВИБРАНИХ КРИТЕРІЇВ**

**CLASSIFICATION OF MERCHANDISE TYPES DEPENDING ON
SELECTED CRITERIA**

Класифікацію видів мерчандайзингу можна розділити на дві групи залежно від вибраних критеріїв: за сприйняттям споживачем товару, магазину та його співробітників (комунікативний та візуальний мерчандайзинг); за ступенем роботи з товаром (категорійний, поєднаний, візитний та ексклюзивний мерчандайзинг).

Суть категорійного мерчандайзингу полягає в тому, що мерчандайзер компанії працює лише з однією категорією товарів в одній торговельній точці протягом всього робочого дня. Виділяють наступні переваги категорійного мерчандайзингу: мерчандайзер постійно працює в одній, чітко закріпленою за ним, торговельній точці, із однією категорією товарів; час роботи мерчандайзера, і відповідні витрати розподіляються між компаніями; усувається конкуренція між компаніями-виробниками в одній категорії. Важливою ознакою об'єднання товарів в категорії є організація сезонної торгівлі в магазинні. Зі змінами пір року виникають зміни в структурі споживання покупців. Така форма поживлення продажів в залежності від пори року та свят, що наближаються отримала назву сезонний мерчандайзинг – це комплекс заходів щодо планування та просування торгового асортименту на основі взаємозв'язаних продажів товарів підвищеного попиту в кожному пору року.

В мерчандайзингу існує напрямок, що називається «візуальний мерчандайзинг», або мистецтво грамотного розміщення товарів, розташування, вивісок, таблиць та плакатів, який допомагає показати товар з кращої сторони та якнайшвидше продати його. Цей напрям мерчандайзингу – симбіоз із двох окремих напрямів: мистецтва продажу та кваліфікованих психологічних підходів до візуального зображення товару й середовища, в якому він знаходиться. Візуальний мерчандайзинг, не лише напрям, це справжня наука, яка допомагає не тільки грамотно викласти товар на тій чи іншій вітрині, але й грамотно оформити увесь відділ продажів. Візуальний мерчандайзинг стимулює зростання продажів за рахунок незапланованих покупок і саме це робить його актуальним в будь-якій сфері. Візитний мерчандайзинг є роботою мерчандайзера в декількох торгівельних точках, здійснюючи контроль і викладку лише продукції компанії-замовника. Переваги візитного мерчандайзингу полягають в тому, що мерчандайзер займається одним брендом в різних магазинах, зіставляє дані та може робити рекомендації клієнтові по внесенню яких-небудь змін до стратегії мерчандайзингу магазину з метою просування товару в цілому по всіх цих магазинах. В результаті можна добитися підвищення попиту на продукцію, формування бажання у покупців купити зі всього представленого магазином асортименту саме товар, що просувається.

Під ексклюзивним мерчандайзингом розуміють комплекс заходів і послуг з розміщення товару одного виробника, бренду або постачальника. До комунікативного відносять уміння спілкуватися, налагоджувати контакти як з покупцями, так і з співробітниками торгівельних точок, уміння спритно та ненав'язливо переконати покупця в тому, що він прийшов саме за цією продукцією, навіть у тому випадку, коли він сам цього і не планував.