

## НАВЧАЛЬНІ ПОСІБНИКИ

Мазаракі А.А.



Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 292 с.

ISBN 978-966-629-716-0

У навчальному посібнику проведено дослідження проблем упровадження інструментів мерчандайзингу підприємствами роздрібною торгівлі. Висвітлено основні правила, принципи та концепції мерчандайзингу. Приділено увагу формуванню та розподілу потоків покупців у торговій залі магазину, особливостям розроблення планогам магазинів різних типів спеціалізації. Розглянуто основні види, концепції та особливості систематизації викладання товарів на різних видах торговельно-технологічного обладнання у торговій залі магазину. Досліджено впровадження візуального мерчандайзингу

підприємствами роздрібною торгівлі. Визначено показники-індикатори ефективності мерчандайзингової діяльності підприємств роздрібною торгівлі.

Для студентів, магістрів, аспірантів, викладачів вищих та середніх навчальних закладів торговельного профілю, а також фахівців та консультантів у галузі торгівлі, дизайнерів, архітекторів.

Зам. 14/15.

Ціна 83,00 грн.

### Зміст

<b>Передмова</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. Мерчандайзинг як технологія маркетингу на підприємствах роздрібною торгівлі</b>	
1.1. Сутність, завдання та основні функції мерчандайзингу .....	9
1.2. Концепції та принципи мерчандайзингу .....	13
1.3. Мерчандайзинг як технологія маркетингу в роздрібній торгівлі .....	16
Питання для самоконтролю .....	18
Тести .....	19
<b>РОЗДІЛ 2. Упровадження мерчандайзингу товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами</b>	
2.1. Завдання та функції мерчандайзерів і супервайзерів, їх місце в організаційній структурі підприємства .....	22
2.2. Завдання та методи мерчандайзингу товаровиробників .....	33
2.3. Особливості формування завдань мерчандайзингу підприємствами роздрібною торгівлі .....	36
2.4. Значення маркетингових досліджень в управлінні мерчандайзинговою діяльністю .....	40
Питання для самоконтролю .....	44
Тести .....	44
Завдання для самостійної роботи студентів .....	47
<b>РОЗДІЛ 3. Розміщення торговельно-технологічного обладнання та формування типу руху покупців у торговій залі магазину</b>	

3.1. Психологічні особливості покупців та їх вплив на організацію руху в торговій залі .....	49
3.2. Поділ торгової зали магазину на зони, адекватні поведінці покупців .....	55
3.3. Особливості формування асортименту товарів з урахуванням принципів мерчандайзингу .....	73
Питання для самоконтролю .....	78
Тести .....	78
Завдання для самостійної роботи студентів .....	81
<b>РОЗДІЛ 4. Основні принципи та правила викладки товарів у торговій залі магазину</b>	
4.1. Функції викладки товарів на торговельно-технологічному обладнанні .....	91
4.2. Основні види викладки товарів .....	97
4.3. Концепції викладки товарів .....	115
4.4. Методи експозиції товарів .....	119
Питання для самоконтролю .....	123
Тести .....	124
Завдання для самостійної роботи студентів .....	129
<b>РОЗДІЛ 5. Візуальний мерчандайзинг</b>	
5.1. Чинники, які впливають на формування атмосфери магазину .....	131
5.2. Основні кольорові гами, що застосовуються в магазинах різної спеціалізації .....	143
5.3. Особливості освітлення торгової зали різних типів магазину .....	152
5.4. Упровадження різних технологій аромаркетингу в магазині .....	161
5.5. Розроблення музичних рішень у різних типах магазинів .....	165
Питання для самоконтролю .....	170
Тести .....	170
<b>РОЗДІЛ 6. Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу</b>	
6.1. Реклама як складова інтегрованих маркетингових комунікацій .....	173
6.2. Правила та принципи формування навігаційної системи в торговій залі магазину .....	187
6.3. Правила та види оформлення вітрин магазину .....	191
6.4. Особливості розміщення нового товару на торговельно-технологічному обладнанні .....	200
Питання для самоконтролю .....	207
Тести .....	208
<b>РОЗДІЛ 7. Управління роздрібним продажем товарів із застосуванням інструментів мерчандайзингу</b>	
7.1. Основні потреби покупців у місцях продажу .....	212
7.2. Аналіз продажу залежно від розміщення та викладки товарів на торговельному обладнанні .....	217
7.3. Оцінювання ефективності мерчандайзингових заходів .....	228
7.4. Мотивація персоналу за дотримання розміщення товарів у торговій залі .....	232
Питання для самоконтролю .....	237
Тести .....	237
<b>Список рекомендованих джерел</b> .....	240
<b>Ситуаційне завдання</b> .....	243
<b>Завдання для самостійної роботи</b> .....	266
<b>Додатки</b> .....	283