**ОСНОВЫ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА**

 В последнее десятилетие на российском рынке получило распространение такое явление как мерчендайзинг. В чем его суть?

 **Мерчендайзинг** – это планирование продвижения правильного товара в правильном количестве в правильное время в правильном месте по правильной цене.

 Для достижения этой цели специалист (мерчендайзер) занимается:

* рекламной поддержкой товара на месте продажи;
* правильной выкладкой этого товара.

 Цель мерчендайзера – организовать процесс розничной продажи таким образом, чтобы покупатель оставил в магазине как можно больше денег. Мерчендайзеры обеспечивают места продажи фирменными рекламоносителями: листовками, плакатами, буклетами, этикетками, макетами товаров и т.д.

 Но не только реклама, но и правильное расположение товара на магазинных полках способствует быстрой его продаже. Чтобы товар в большом или малом пространстве торгового зала был замечен и выбран покупателем, его надо правильно подать. Например: когда покупатель видит «дыры» в рядах с минеральной водой или соков, у него возникает ощущение, что эти товары разбираемые, а значит, хорошие. Специалисты называют этот прием «эффектом кариеса».

 Помимо этого, мерчендайзеры занимаются формированием товарных запасов, следя за равномерностью и ритмичностью поступления товаров и учитывая их сроки годности.

Литература:

1. С.Н. Белоусова, А.Г. Белоусова «Маркетинг», учебное пособие. Ростов-на-Дону, Феникс, 2012 г. стр. 206 – 208