

Роздрібна торгівля у каналах збуту



Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Система розташування товарів на площах торгового залу, інших приміщень магазину або ж на окремих ділянках робочого місця продавця за певними асортиментними ознаками, притаманними окремим товарам (вид, група, артикул, розмір, фасон, сорт) називається **розміщення товарів**.



Суть і принципи організації розміщування товарів у торговому залі

Загальний комплекс робіт з розміщування товарів у торговому залі включає два принципово відмінні види робіт:

- 1) визначення місць розміщування товарів окремих товарних груп (або споживчих комплексів) у торговому залі **на основі попередньо розроблених планів** (карт, схем технологічного планування торгових залів) і розподіл торгової площі під окремі групи (споживчі комплекси);
- 2) визначення місць розташування окремих підгруп і найменувань товарів на торговельному обладнанні **на основі схеми розгортання обладнання і здійснення безпосереднього викладання товарів.**

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Розміщення товарів у торговому залі

за товарно-галузевим
принципом

передбачає виділення
одного робочого місця,
зони або торгового відділу
для виробів однієї
товарної групи

за комплексним принципом

полягає в об'єднанні на одному
робочому місці, в одній секції, відділі,
на одному поверсі магазину товарів
різних груп, взаємозв'язаних у попиті,
або тих, що задовольняють потреби
певних контингентів покупців

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

У процесі розробки схеми розміщення товарів:

- 1) визначають місце розташування кожної товарної групи або споживчого комплексу;
- 2) з урахуванням питомої ваги групи в товарообігу розраховують необхідну площу для розміщення товарів;
- 3) розробляють схему технологічного планування торгового залу з вказанням на ній зон розміщення і викладання конкретних груп і видів товарів;
- 4) підбирають відповідні види торгово-технологічного обладнання для викладання запасів товарів.

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Основні вимоги щодо розміщення товарів у торговому залі традиційно передбачають:

- забезпечення широкого вибору товарів;
- додержання правил товарного сусідства;
- достатність кількості товарів для забезпечення безперебійності торгівлі;
- урахування руху потоків покупців;
- забезпечення доброї видимості і доступності товарів для покупців;

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Основні вимоги щодо розміщення товарів у торговому залі традиційно передбачають:

- забезпечення покупцям можливостей орієнтуватися щодо розміщення окремих комплексів або товарних груп і здійснення купівлі з мінімальними витратами часу на пошук та придбання товару;
- закріплення за кожною групою товарів (комплексом) постійних місць розташування; "раціональне використання площі торгового залу для розміщення і викладання товарів.

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Принципи розміщення товарів у торговому залі:

- рівномірне розміщення всього асортименту товарів магазину на торговій площі, використання для викладення товарів усіх вільних місць у торговому залі;
- відведення площі під окремі товарні групи з урахуванням питомої ваги цих товарів у продажу і їх оборотності;
- переважно концентроване розміщення однорідних товарів (на одному боці обладнання хоча допускається розміщення однорідних товарів у різних місцях торгового залу, якщо ці товари входять складовою частиною до різних споживчих комплексів, або ж якщо їх концентрація приводить до затримки потоків покупців;

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Принципи розміщення товарів у торговому залі:

- особливе виділення нових товарів;
- розміщення супутніх товарів поряд з основними;
- розміщення великогабаритних, важких товарів поряд з вузлами розрахунку і з виходом з магазину;
- групування продовольчих товарів, як правило, за товарно-галузевим принципом, а непродовольчих товарів — способом об'єднання в мікро-комплекси;
- розміщення товарів частого попиту або тривалого ознайомлення в глибині торгового залу, осторонь від зон входу і виходу і в різних місцях торгового залу;

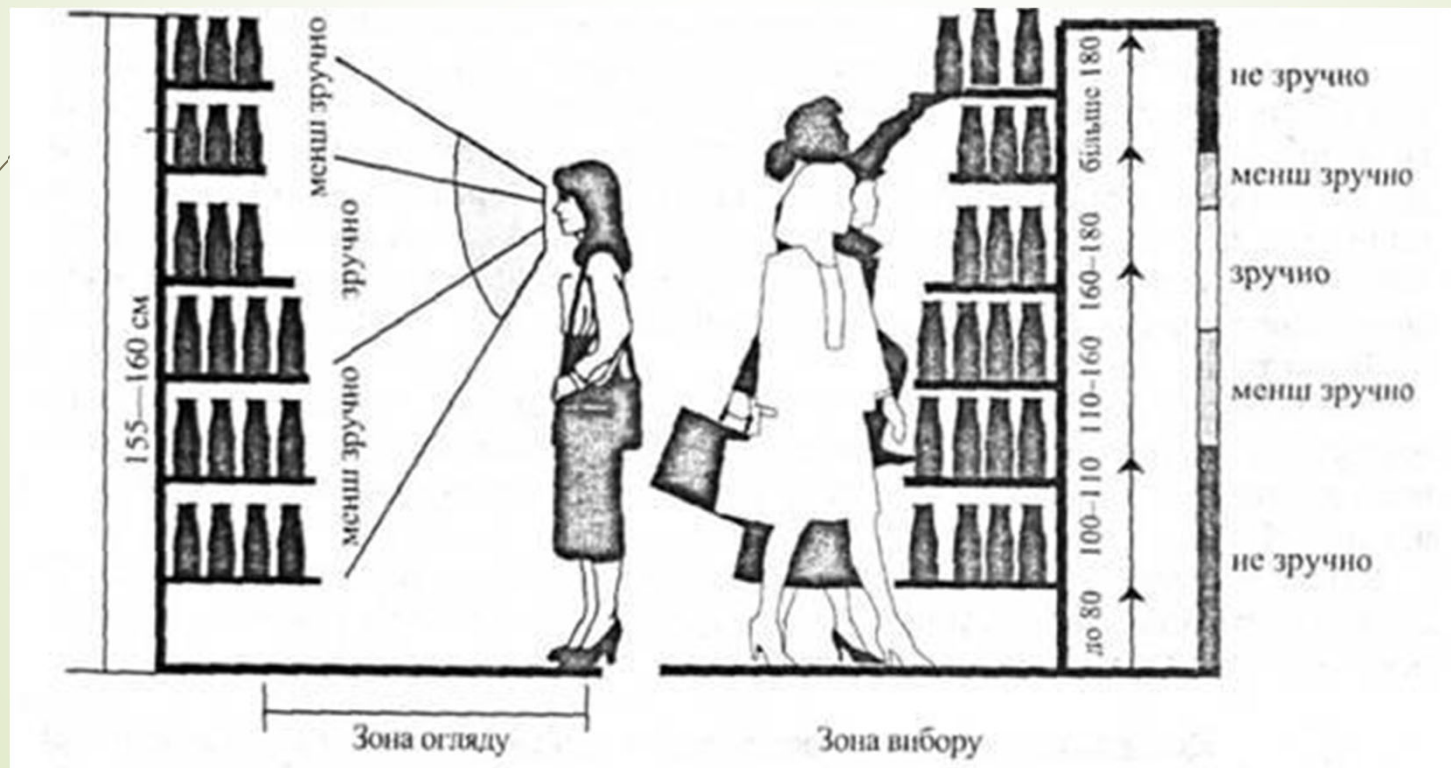
Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Принципи розміщення товарів у торговому залі:

- розташування товарів зниженого попиту поряд з відповідними товарами підвищеного попиту;
- розташування на перших поверхах багатоповерхових будівель магазинів товарів більш частого попиту, які не потребують тривалого вибору.

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Оптимальні зони огляду і відбору товарів у магазинах самообслуговування



Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Принципи викладання товарів:

- викладання однорідних товарів по вертикалі для кращого їх огляду і відбору покупцями;
- застосування для товарів робочого запасу найпростіших прийомів викладання (пряма викладка, навалом);
- застосування декоративної викладки товарів тільки з рекламною метою;
- насиченість викладки товарів (за рахунок максимального використання демонстраційної площі торгового обладнання і скорочення резервних запасів у складських приміщеннях);

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Принципи викладання товарів:

- недопущення переповнення товарами полиць гірок та інших елементів для викладення товарів;
- поєднання паралельних ліній викладки товарів із різно-висотною викладкою, включенням рекламних щитів;
- викладання в оптимальній зоні огляду (в межах 1100—1600 мм від підлоги) товарів, швидка реалізація яких є пріоритетною для магазину;
- забезпечення можливості вільного відбору кожної одиниці товару і повернення її на попереднє місце;

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Принципи викладання товарів:

- викладення супутніх товарів навалом у різних місцях торгового залу (біля вузлів розрахунку, на лініях гірок) з використанням кошиків або касет;
- використання торцевих щитів острівних гірок для розміщення робочого запасу товарів і рекламного викладення зразків;
- викладення окремих зразків товарів без упаковки або в прозорій упаковці для більш детального ознайомлення покупця з пропонованим товаром.

Суть і принципи організації розміщення товарів у торговому залі

Основна викладка базується на дотриманні принципів оглядовості, доступності товарів, охайності вигляду товарів і обладнання, визначеності місця товару на полиці, обов'язковості маркування ціни, заповненості полиць, привабливості упаковки товарів, належного вигляду товарів "переднього ряду", постійного поповнення запасів.

Спеціальною називається **викладка** товарів робочого запасу, яка формується на полицях торгово-технологічного обладнання в торговому залі з метою привернення уваги покупців та сприяння імпульсивним покупкам.

Принципи зонування та планування торгових приміщень

Необхідно розмістити своє торгове обладнання так, щоб:

- відвідувач проходив через весь торговий зал і бачив всі товарні пропозиції;
- пересування відвідувачів між стелажми було зручним, а логіка їх розміщення - інтуїтивно зрозумілою навіть тим, хто прийшов сюди вперше;
- вибір місця для розміщення різних товарних категорій дозволяв би домогтися від них гранично можливої економічної ефективності;
- потенціал торгового обладнання був би задіяний повністю та добре сприяв комплексним, імпульсивним та іншим видам покупок;
- атмосфера торгового залу була приємною і комфортною для здійснення покупок, а увага відвідувачів була прикута до товарного асортименту, а не до зовнішнього оздоблення та декорацій приміщення.

Принципи зонування та планування торгових приміщень

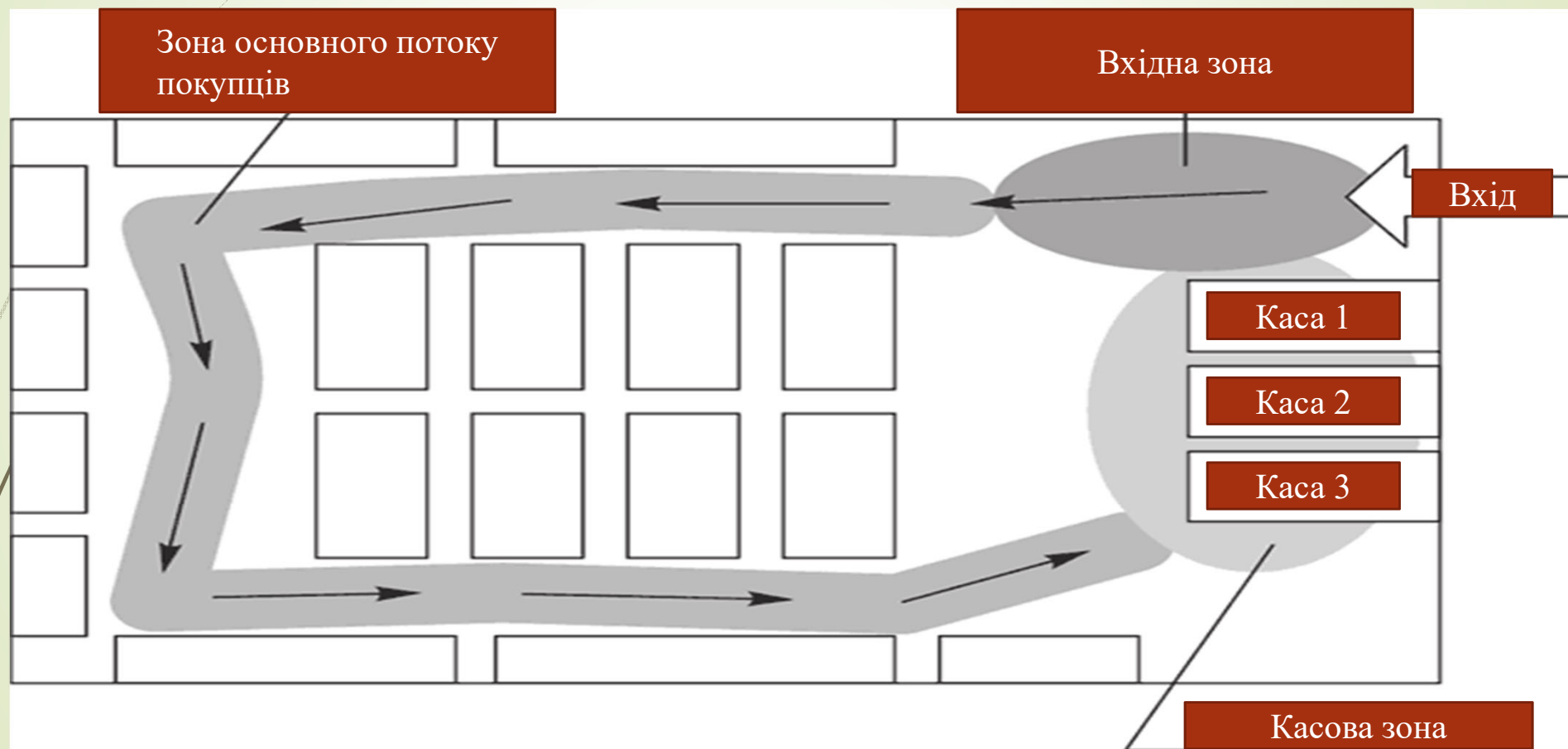
Виділяють три основні зони в торгових залах роздрібних магазинів:

Вхідна зона — знаходиться відразу ж за вхідними дверима магазину.

Касова зона — жвава, «гаряча» зона, де покупці масово простоюють в черзі на касу, схильні розсіювати свою увагу на непотрібні їм товари та здійснювати імпульсні покупки.

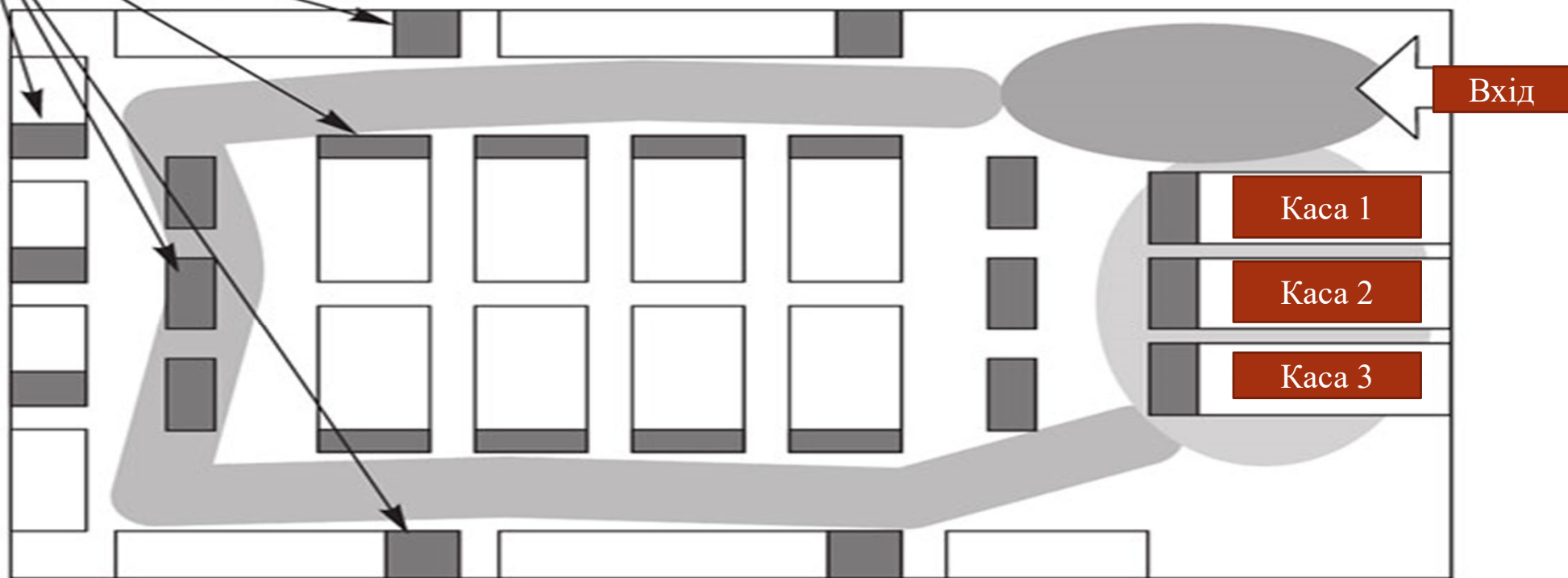
Зона основного потоку — найбільш важлива та значуща зона в торговому приміщенні, що відповідає за кількість зроблених покупок основного асортименту товарів.

Принципи зонування та планування торгових приміщень



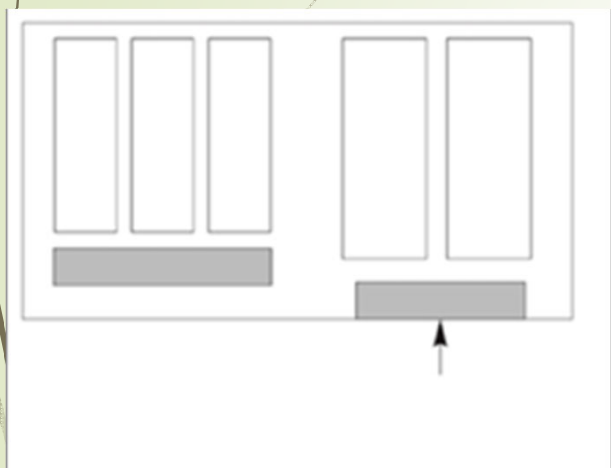
Принципи зонування та планування торгових приміщень

Вигідні місця для додаткових точок продажів

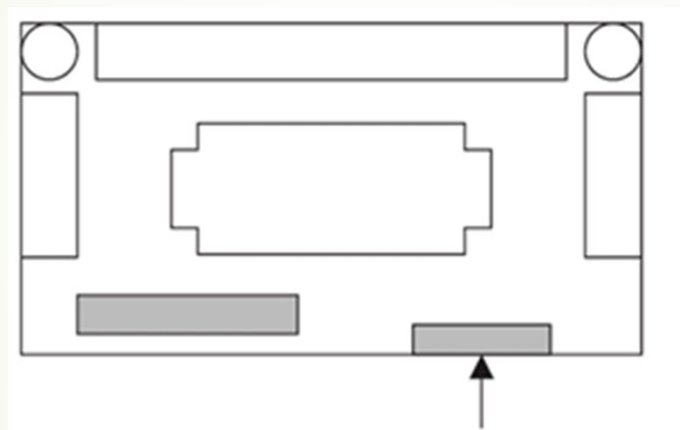


Принципи зонування та планування торгових приміщень

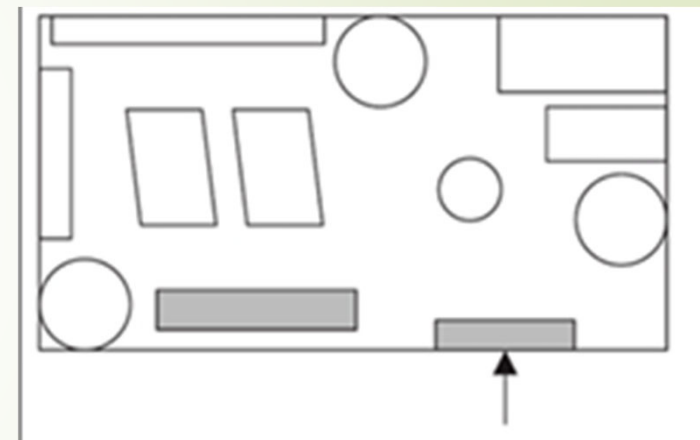
Базові типи планування



Решітка



Петля



Лабіринт

Принципи зонування та планування торгових приміщень

Правильне розміщення товарів дає змогу:

- 1) Надати більш привабливого вигляду торговій точці.**
- 2) Керувати бажаннями та поведінкою покупців.**
- 3) Презентувати асортимент.**
- 4) Підкреслити продукцію конкретної торгової марки та бренду.**
- 5) Створити комфортні умови.**

Принципи зонування та планування торгових приміщень

Принципи викладки товарів:

- 1) Наочність;
- 2) Системність;
- 3) Достатність;
- 4) Ефективність.

Принципи зонування та планування торгових приміщень

Види викладки товарів:

- 1) Вертикальне викладення:** Товари розміщуються зверху вниз на полицях, при цьому на верхніх полицях поміщаються менші вироби, а на нижніх — більші. Цей метод допомагає зробити товари доступнішими для покупців.
- 2) Горизонтальне розміщення:** Товари розташовуються зліва направо в один ряд уздовж полиці. Найбільші та найдешевші товари зазвичай розміщуються внизу. Цей підхід полегшує орієнтацію покупців в асортименті.
- 3) Блокова викладка:** Цей метод передбачає групування товарів одного бренду. Це сприяє впізнаваності торгової марки і спрощує пошук потрібних продуктів для покупців.

Принципи зонування та планування торгових приміщень

Види викладки товарів:

- 4) Дисплейне викладення:** Продукцію розміщують на окремому вертикальному стенді, часто розташованому біля входу або в центрі торгового залу. Цей спосіб привертає увагу і створює додаткові точки продажу.
- 5) Підлогова викладка:** Використовується для розміщення великих предметів у залі, зазвичай у фірмовому пакуванні. Це дає змогу виділити габаритні товари серед інших.
- 6) Навальна викладка:** Товари розміщуються без упаковки в одній великій ємності. Цей метод підходить для товарів однієї цінової категорії та створює враження багатства асортименту.

Принципи зонування та планування торгових приміщень

Планограма:



Принципи зонування та планування торгових приміщень

Етапи розміщення товарів:

Організаційний: Виділення місць і полиць для кожної категорії товарів, стимулюючи несподівані покупки.

Керований: Оцінка рентабельності кожного місця і виставлення затребуваних товарів на видні позиції.

Спокусливий: Розміщення товарів, що мотивує до покупки, особливо під час акцій і знижок.