

4.4 Техническое регулирование и товароведение

УДК 339.1:612.393.1

МЕРЧАНДАЙЗИНГ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

*Карпейчик Д. А., студ., Радюк А. Н., к.т.н., доц., Шеремет Е. А., к.т.н., доц.,
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В работе рассмотрены основные принципы мерчандайзинга алкогольной продукции, описаны методы размещения продукции и представлена характеристика техник выкладки товара и визуального оформления, проанализированы особенности мерчандайзинга для разных видов алкогольных напитков.

Ключевые слова: размещение, принципы мерчандайзинга, выкладка товара, визуальное оформление

Размещение алкогольной продукции осуществляется с учётом специфики торговой точки, её структуры и ассортимента товаров. Расположение алкоголя в специализированном магазине будет отличаться от его оформления в обычном супермаркете. Местоположение магазина определяет выбор ценовой категории спиртных напитков: в крупном торговом центре целесообразно выделить площадь для элитного алкоголя, в то время как в магазине продовольственных товаров, куда покупатели заходят за повседневными покупками, уместно будет отдать предпочтение бюджетным и среднеценовым алкогольным напиткам.

Мерчандайзинг – это комплекс мероприятий по стимулированию продаж в торговой точке путем эффективной презентации товара, создания привлекательной атмосферы и удобной навигации для покупателей [1].

В свою очередь, мерчандайзинг алкогольной продукции имеет свои особенности и законодательные ограничения, которые необходимо учитывать при организации торговли.

Основные принципы мерчандайзинга алкогольной продукции представлены на рисунке 1.

Ключевыми элементами оптимизации продажи алкогольных напитков выступают места размещения (зоны), применяемая выкладка и визуальное оформление.

Характеристика мест размещения дана в таблице 1.

Применяя методы размещения, представленные в таблице 1, ритейлеры могут повысить уровень обслуживания покупателей и оптимизировать управление запасами.



Рисунок 1 – Основные принципы мерчандайзинга алкогольной продукции

Таблица 1– Характеристика мест размещения

Вид зоны	Сущность	Пример	Результат
Выделенные зоны	Создание специальных секций для различных видов алкоголя	Винный отдел, отдел крепких напитков, пивной отдел	Позволяет распределить товары по категориям и облегчает навигацию покупателей в зависимости от их предпочтений
Зоны с «высоким трафиком»	Размещение продукции в местах с высокой проходимостью	Область возле касс или на входе в магазин	Повышение видимости и стимулирует импульсивные покупки потребителей
Импульсные зоны	Демонстрация рекламных и акционных товаров, новинок	Стратегически верно расположенные витрины	Призваны стимулировать спонтанные решения о покупке

Характеристика техник выкладки товара представлена в таблице 2.

Данные приемы техник выкладки демонстрируют как продуманное размещение товаров может улучшить впечатление от покупки, помочь покупателям определиться с выбором и в конечном итоге повысить продажи.

Таблица 2 – Характеристика техник выкладки товара

Вид выкладки	Сущность	Результат
Вертикальная	Выкладка товаров одного бренда вертикальными блоками	Позволяет привлечь внимание к бренду, подчеркнуть присутствие и заметность его в магазине
Горизонтальная	Расположение товаров одного типа горизонтальными рядами	Позволяет покупателям легко сравнивать разные бренды между собой
Блочная	Использование для выкладки большого количества одного товара	Создание впечатления изобилия ассортимента и стимулирование покупок
«Цена-качество»	Стратегическое выставление продукции, исходя из ценовой категории	Расположение дорогих вариантов на уровне глаз или выше, более дешевых – ниже
Согласно тематическим зонам	Группировка товаров по определенным темам или категориям (тип напитка, страна происхождения, вкусовые характеристики)	Упрощение навигации для поиска нужного товара покупателем

Характеристика визуального оформления приведена в таблице 3.

Подходы к визуальному оформлению, представленные в таблице 3, подчеркивают важность создания визуально привлекательной и информативной среды, которая будет способствовать взаимодействию с покупателями и принятию ими решений о покупке.

Особенности мерчандайзинга для разных видов алкогольных напитков

Торговая выкладка, применяемая для различных алкогольных напитков, отличается из-за широкого разнообразия видов продукции. Чаще всего для разных видов алкоголя разрабатывают уникальное оформление, учитывающее их особенности и целевую аудиторию потребителей.

– Пивная продукция. Акцент делается на охлажденной выкладке в холодильных витринах, что позволяет использовать сезонный спрос. Дополнительные закуски (сухарики, орешки) стратегически размещаются рядом продукцией, что позволяет продать больше товара.

– Вино представлено в винных шкафах или стеллажах. Оно тщательно классифицируется по сортам винограда, регионам происхождения и ценовым категориям. Информационные

материалы с подробным описанием вкуса и рекомендациями по сочетанию с блюдами находятся в свободном доступе для потребителей.

– Крепким спиртным напиткам отведена отдельная зона в торговом зале с предоставлением информации о содержании спирта, производителе, особенностях напитка. Продукция располагается по брендам или типам спиртных напитков, таких как водка, коньяк, виски. Часто предлагаются подарочные наборы [2].

Таблица 3 – Характеристика визуального оформления

Название	Сущность	Пример	Результат
POS-материалы в местах продажи	Использование рекламных материалов	Ценники, wobлеры, стопперы, плакаты	Привлечение внимания к товару и передача важной информации о нем
Освещение	Использование правильных методов освещения	Подсветка разнообразных оттенков, угол наклона источника света	Повышение визуальной привлекательности выкладки товара
Декоративные элементы	Использование декоративных элементов	Стеклянная посуда, бутылки, фрукты, растения	Создание заманчивой атмосферы, привлечение интереса покупателей

Таким образом, мерчандайзинг алкогольной продукции представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий тщательного соблюдения законодательных стандартов и этических норм. Ключевыми аспектами являются правильное размещение продукции, обучение персонала, информирование потребителей о содержании алкоголя и предупреждение о вреде. Эффективное использование рекламных мероприятий и дегустаций может повысить интерес покупателей, но это должно происходить в рамках установленных правил. Грамотный мерчандайзинг алкогольной продукции не только способствует увеличению продаж, но и укрепляет доверие потребителей, создавая устойчивые отношения с клиентами и обществом в целом.

Список использованных источников

1. Что такое мерчандайзинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.sovcombank.ru/glossarii/chto-takoe-merchandaizing>. – Дата доступа: 11.04.2025.
2. Особенности выкладки товаров в алкогольном магазине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plan-o-gram.ru/osobennosti-vyikladki-tovarov-v-alkogolnom-magazine>. – Дата доступа: 12.04.2025.

УДК 339.13:339.372

УМНЫЙ МАГАЗИН – БУДУЩЕЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Карпейчик Д. А., студ., Радюк А. Н., к.т.н., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В работе рассмотрены основные концепции и технологии умного магазина, представлены их преимущества и недостатки, приведены примеры существующих умных магазинов и представлены направления развития умных магазинов на сегодняшний день.

Ключевые слова: концепция умного магазина, технологии, преимущества и недостатки, примеры, направления развития.