

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СООТВЕТСТВИЯ МОГИЛЕВСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ МОДЕЛИ «ИДЕАЛЬНОГО МАГАЗИНА»

**Петрушеня Т.В. , Мухаметзянова Ж.А.
Научный руководитель – Малышева О.Д., ст. преподаватель
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Атмосфера магазина – важная составляющая часть мерчендайзинга. Под атмосферой магазина понимаются его визуальные компоненты, освещение, цвета, музыка и запахи, стимулирующие эмоциональное состояние и восприятие товаров покупателями и в конечном итоге влияющие на их поведение. И конечная цель – создание комфортной торговой среды. Результат этого сложного, трудоемкого, но очень увлекательного труда ощущает и владелец, и покупатели.

- Атмосфера магазина:
 - помогает сформировать ход мысли человека и сконцентрировать в нужном направлении;
 - говорит об уровне заведения;
 - способствует вызову эмоциональной реакции, радости, подъема чувств.

Проведено исследование, в котором установлена реальная ситуация в магазинах Могилева, и можно сделать вывод, что большинство магазинов уступают по показателям идеальным: недостаточно просторные помещения, слабое освещение, неудобная парковка, шум, средний уровень функциональности из-за неудобно расположенных стеллажей.

Для того, чтобы магазины города Могилева считались идеальными, необходимо учитывать следующее:

1. Рационально использовать торговое пространство - размер, планировка, распределение площадей, возможности движения покупателей.
2. Устанавливать эффективное и усовершенствованное торговое и расчетное оборудование.
3. Оптимально осветить торговое помещение.
4. Определить цвет интерьера. Теплые цвета действуют активно, бодрят, холодные - успокаивают, располагают к отдыху.
5. Учитывать место расположения магазина - деловые или спальные районы, чтобы это было удобно для потребителя.
6. Разнообразить ассортимент товаров.
7. Соблюдать приемлемый уровень цен.
8. Красиво и правильно оформлять витрины.
9. Учитывать запахи и температуру внутри помещения.
10. Практиковать различный уровень услуг.

Различные компоненты атмосферы магазина создают в сознании покупателей его определенный образ и формируют психологическое состояние посетителя. Благоприятная атмосфера магазина способствует увеличению количества покупок, является сильным конкурентным преимуществом.