

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

У статті проаналізовано стан аудиторської діяльності в Україні та США та основні напрями розвитку ринку аудиту і аудиторських послуг, визначено чинники, які обумовлюють ці процеси. Зроблені висновки про подальший розвиток аудиторської діяльності.

Consisting of public auditing activity of Ukraine and USA and basic directions of the market of audit and public auditing services development is analysed in the article, certainly factors which influence on these processes. Conclusions are done about subsequent development of public accountant activity.

Аудит в Україні вже пройшов певний етап становлення і зараз центр уваги має бути перенесений на питання розвитку аудиторської діяльності та виходу вітчизняного аудиту на міжнародний рівень. Основними інструментами вирішення цих завдань є удосконалення законодавчої бази, створення відповідної системи організації та регулювання аудиту, подальша розробка методології та інструментарію аудиту, виконання на практиці міжнародних стандартів аудиту, активізація діяльності громадської асоціації аудиторів.

Активний розвиток аудиторської діяльності в сучасних умовах обумовлює появу нових напрямів аудиту, сфера дії яких постійно розширюється. Виникають різні теоретичні підходи для виділення окремих напрямів аудиту та видів аудиту. Все частіше до аудиторів надходять замовлення на виконання певного кола робіт, що виходять за рамки перевірки фінансових звітів. Отже, з розвитком ринкових відносин потреби та ринок аудиторських послуг зростають, внаслідок розширюються рамки теоретичних тлумачень основних аспектів аудиту та виникає необхідність їх вивчення.

Проблемам аудиту присвятили праці такі вчені як: Ф.Ф. Бутинець, С.Я. Зубілевич, О.А. Петрик, О.Ю. Редько, В.С. Рудницький, В.Я. Савченко, В.В. Сопко, Б.Ф. Усач, В.О. Шевчук.

У сучасних умовах використовуються різні теоретичні підходи для визначення окремих напрямів аудиту, немає єдиного трактування видів аудиту. В економічній літературі висвітлені питання класифікації видів аудиту за різними ознаками, що відображають певні сучасні аспекти аудиту. Проте перелік послуг, які можуть надавати аудиторські фірми, постійно урізноманітнюється, що потребує подальшого їх розгляду.

Метою написання статті є розкриття сучасних видів аудиту та супутні аудиту послуг, а також напрямів їх подальшого розвитку.

Зараз практична діяльність аудиторів не обмежується аудитом та аудиторськими послугами, передбаченими чинним законодавством. Щоб розподілити усі види послуг на певні ряди за ознакою об'єктів цих послуг і тим самим розкласти аудиторську діяльність на окремі процеси, застосовують класифікацію послуг за різними класифікаційними ознаками та критеріями [3, с.11].

Кулаковська Л.П., Піча Ю.В. залежно від історичних стадій розрізняють такі види аудиту: підтверджуючий; системно-орієнтований; аудит, що базується на ризику, а також супутні аудиту послуги: оглядова (експрес) перевірка; операційна перевірка; копіяція (трансформація бухгалтерського обліку) [4, с.11]. А щодо об'єктів аудиту: аудит фінансової звітності; аудит на відповідність; операційний аудит [4, с.13].

Під послугами, супутніми аудиту, розуміють послуги, які аудитори, керуючись чинним законодавством, можуть надати клієнтам, окрім проведення аудиту [1, с.46]. Ф.Ф. Бутинець виділяє такі супутні аудиту послуги: за змістом – послуги дії, послуги контролю, інформаційні послуги; за принципом сумісності – послуги, сумісні з проведенням у господарюючого суб'єкта обов'язкового

аудиту, та послуги, що не сумісні з проведенням у господарюючого суб'єкта обов'язкового аудиту.

Попит на якісні аудиторські послуги стрімко зростає. Можливості аудиту в сучасних умовах не обмежуються перевіркою достовірності фінансової звітності підприємства. Це також оцінка діяльності підприємства з точки зору фінансової політики, стратегії та тактики діяльності, професійних якостей персоналу, динаміки та можливих перспектив підприємства, його фінансової стабільності та платоспроможності. Такі аудиторські оцінки становлять великий інтерес для українських та зарубіжних інвесторів, яких цікавить реальний стан, потенціал та можливість підприємства в майбутньому.

Це далеко не повний перелік тих послуг, які може надавати аудиторська фірма. Конкуренція серед аудиторських фірм примушує їх постійно збільшувати та урізноманітнювати кількість додаткових послуг, таких як консалтинг, юридична підтримка, тестування інформаційних систем, тренінги для персоналу. За результатами перевірки можуть надаватися листи-рекомендації щодо основних бізнеспроцесів, в яких розкриваються основні недоліки управління, що можуть впливати на викривлення звітності.

За прогнозами спеціалістів в найближчі роки у світі очікується "бум" електронної комерції. В сучасних умовах торгівля через Internet стає інтернаціональною, але найбільший розвиток вона одержала між США, Японією і країнами ЄС. Обороти онлайнового електронного ринку в 2004 р. оцінюється в 7 трл. дол. [2, с.44] Але в Україні спостерігається слабкий розвиток всіх форм електронної комерції, що пояснюється недостатнім рівнем комп'ютеризації, нерозвиненою законодавчою базою, неналежним функціонуванням банківської платіжної системи та ін.

У сучасних економічних умовах майже всі підприємства покладаються на інформаційні технології у веденні бухгалтерського обліку. Сучасна економіка нового типу визначається як інформаційна і глобальна. Переваги інформаційних технологій та поширення Інтернету забезпечують появу нових шляхів ведення бізнесу в електронному вигляді, а саме електронної комерції.

Оскільки швидкий розвиток електронного бізнесу триватиме, то підприємства мають довіряти новим інформаційним технологіям. Разом з тим такі нові методи ведення бізнесу та обробки інформації впливають на всі аспекти аудиторських послуг. Знання про технології електронної обробки даних, електронної комерції необхідні для визначення та розуміння впливу ризиків щодо надійності інформації, зібраної такими новими швидкими методами.

За кордоном у відповідь на зростання потреб у послугах підтвердження, пов'язаних із веденням бізнес-операцій через Інтернет, Американський інститут сертифікованих громадських бухгалтерів (AICPA) та Канадський інститут сертифікованих громадських бухгалтерів (CICA) створили веб-трастові послуги підтвердження. Фірми сертифікованих громадських бухгалтерів, які одержали ліцензію на здійснення такої послуги, надають підтвердження користувачам веб-сайтів за

допомогою електронної веб-трастової печатки, що ставиться на веб-сайті. Ця печатка підтверджує користувачу, що власник веб-сайта дотримується всіх встановлених критеріїв, пов'язаних із бізнес-практикою, операційною цілісністю та інформаційним процесом. У цьому зв'язку і сертифікація аудиторів відбувається за такими напрямками: аудитори інформаційних технологій, бухгалтери-аудитори та внутрішні аудитори.

У сучасних умовах на світовому фінансовому ринку все більше спостерігається тенденція до злиття і поглинання капіталу як у національному, так і міжнародному й глобальному масштабі. У цьому процесі беруть участь не лише світові гіганти, але й невеликі національні та регіональні компанії. Поступово відбувається накопичення капіталу, створюються великі фінансово-промислові групи та холдингові компанії. Для прийняття управлінських рішень щодо здійснення процесів інвестування, злиття чи купівлі бізнесу необхідна належна інформаційна база про стан компанії на ринку, фінансові можливості, виробничі потужності, контрагентів та партнерів. Для збору такої інформації проводяться особливі аудиторські дослідження, які одержали назву "Due Diligence" ("належна ретельність") і є одним із видів супутніх аудиторських послуг.

Підставами для проведення Due Diligence можуть бути: злиття або поглинання бізнесу; дослідження інвестиційної привабливості підприємства; створення спільного підприємства; комерційне кредитування; перевірка надійності контрагента та ін.

Проте для дослідження зазначеної мети аудиторю слід вийти за сучасні бухгалтерські функції всередині підприємства і з'ясувати, як у кінцевих звітах підприємства відображаються всі сторони його діяльності [6, с.26].

Due Diligence являє собою комплексний аналіз всієї сукупності відносин усередині підприємства та його взаємодії із зовнішнім середовищем, ретельне дослідження підприємства та бізнесу, яке здійснюється з метою:

- ✓ підтвердження того, що бізнес дійсно відповідає зазначеному в документації підприємства;
- ✓ перевірки правильності оформлення всіх документів та своєчасності подання податкової, статистичної та фінансової звітності;
- ✓ підтвердження достовірності ведення обліку та звітності (справжні власники, приховані борги, прихована бухгалтерія);
- ✓ оцінки можливості реалізації короткострокової та довгострокової стратегії підприємства;
- ✓ дослідження конкуруючих позицій підприємства на ринку, на якому воно здійснює свою діяльність;
- ✓ збирання інформації, яка надасть можливість реально оцінити ситуації та наявність проблем в справах підприємства з метою уникнення помилок при укладанні угоди.

У кінцевому результаті проведений комплексний аналіз фінансового стану компанії, її відносин з державою та контрагентами дає можливість скласти звіт, в якому інвестор або потенційний покупець компанії знайде абсолютно всю інформацію, яка його цікавить стосовно компанії, в яку він бажає вкласти свої ресурси. А об'єктивність та достовірність інформації, яка йому надається, дозволить йому прийняти незалежне та найбільш адекватне в даній ситуації рішення [8].

Останнім часом аудиторські фірми надають також послуги інвестиційного консалтингу, способів залучення іноземних інвестицій шляхом виведення підприємств на світовий ринок з подальшим фінансуванням у формі додаткових емісій їх акцій.

Все це підтверджує, що ринок аудиторських послуг зростає, змінюється сутність та напрями, спектр ауди-

торських робіт, що підтверджує необхідність подальших розробок теорії, методології та організації аудиту.

Керуючись сучасними потребами теорії та практики аудиту, Рада з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості (РМСАНВ) при Раді Міжнародної федерації бухгалтерів (МФБ) структурувала та затвердила нові міжнародні стандарти у такому складі:

✓ Міжнародні стандарти аудиту (МСА), які застосовуються при аудиторській перевірці історичної фінансової звітності;

✓ Міжнародні стандарти завдань з огляду (МСЗО), які використовуються під час огляду історичної фінансової звітності;

✓ Міжнародні стандарти завдань з надання впевненості (МСЗНВ) забезпечують виконання завдань з надання впевненості, які не стосуються історичної фінансової звітності;

✓ Міжнародні стандарти супутніх послуг (МССП), які використовуються в ході виконання завдань з підготовки фінансової інформації, завдань з виконання погоджених процедур та завдань з інших супутніх послуг.

Згідно з МСА 120 "Концептуальна основа міжнародних стандартів аудиту" аудиторська перевірка фінансових звітів має на меті надати аудиторам можливість висловити думку про те, чи складені фінансові звіти в усіх суттєвих аспектах відповідно до визначеної концептуальної основи фінансової звітності. Думка аудитора підвищує довіру до фінансових звітів завдяки наданню високого, але не абсолютного рівня впевненості. Термін "упевненість" означає "переконаність аудитора в достовірності твердження, зробленого однією стороною для іншої". Досягнутий рівень упевненості, який може бути наданий, визначається виконаними процедурами та їхніми результатами.

Найбільший рівень упевненості надається при проведенні аудиту щодо перевірки достовірності ведення обліку та складання фінансової звітності. Огляд історичної фінансової звітності проводиться з метою одержання середнього рівня впевненості в тому, що фінансові звіти не містять суттєвих викривлень. Огляд обмежується, головним чином, здійсненням запитів персоналові підприємства та виконанням аналітичних процедур на відміну від аудиту історичної фінансової звітності, який проводиться з застосуванням всього комплексу аудиторських процедур, серед яких документальна перевірка, інвентаризація, підтвердження.

Предмет перевірки завдань з надання впевненості може мати різну форму, наприклад: дані (історична або прогнозна фінансова інформація, статистична інформація, показники результатів діяльності); системи та процеси (система внутрішнього контролю); поведінка (корпоративне управління, відповідність законодавству, управління людськими ресурсами). При здійсненні таких процедур надається впевненість, але її рівень невисокий.

До завдань, частина яких виконується професійними бухгалтерами, але не є завданнями з надання впевненості, належать:

✓ завдання, що підпадають під дію Міжнародних стандартів супутніх послуг, наприклад, завдання з погоджених процедур або складання фінансової та іншої інформації;

✓ складання податкових декларацій, що не передбачає висловлення думки стосовно впевненості;

✓ консалтингові (дорадчі) завдання, наприклад, консалтинг з менеджменту або питань оподаткування [5, С.289].

Завдання з виконання погоджених процедур може включати виконання аудитором визначених процедур стосовно окремих статей фінансової інформації (напри-

клад, дебіторської або кредиторської заборгованості, операцій зі зв'язаними сторонами, обсягів продажу і прибутку підрозділів суб'єкта господарювання), фінансового звіту (наприклад, балансу) або навіть повного пакету фінансових звітів [5, с.1124].

У результаті погоджених процедур аудитор просто надає висновок про фактичні дані, тому впевненість не висловлюється. Користувачі звіту самостійно оцінюють процедури та дані, викладені аудитором, і роблять власні висновки за результатами роботи аудитора. І як підкреслюється у Міжнародних стандартах супутніх послуг, такі види робіт може проводити кваліфікований бухгалтер, не обов'язково сертифікований аудитор.

Аудиторські фірми зарубіжних країн надають велику кількість послуг з підтвердження та інші послуги. До супутніх послуг, наприклад, належать послуги з веден-

ня бухгалтерського обліку, оподаткування та управлінські консультаційні послуги. Оскільки консультаційні послуги з менеджменту розширюються, вони почали відокремлюватись від аудиторської практики шляхом створення нових консалтингових підприємств.

У США існує більше, ніж 40 000 аудиторських фірм, які відрізняються за розмірами від 1 особи до 20 000 партнерів та персоналу. "Accounting Today" щорічно публікує список 100 найбільших бухгалтерських компаній. У таблиці 1 наведено основні аудиторські фірми, які внесено до цього списку. [7, с. 26] Чотири найбільші аудиторські фірми у США називаються "Великою четвіркою" міжнародних аудиторських компаній. Вони мають офіси у США та інших країнах світу і надають аудиторські послуги найбільшим підприємствам.

Таблиця 1. Аудиторські фірми США

№ з/п за розміром доходу	Фірми	Чистий дохід – тільки для США (млн.\$)	Партнери	Професіонали	Офіси у США	% загального доходу від бухгалтерського обліку та аудиту / податків / консалтингу з управління та інші
<i>Велика четвірка</i>						
1	Deloitte & Touche	5933,0	2618	19835	81	36/21/43
2	PwC	5174,0	2624	29787	150	58/30/12
3	Ernst & Young	4515,0	2118	15078	86	59/38/03
4	KPMG	3400,0	1500	11000	132	44/36/20
<i>Національні</i>						
5	RSM McGladrey & Pullen	584,6	520	2825	94	35/38/27
6	Grand Thornton	400,7	292	2068	51	50/34/16
7	BDO Seidman	353,0	281	1229	37	41/41/18
<i>Регіональні</i>						
8	BKD	210,9	193	972	26	44/31/25
9	Crow, Chizec & Co.	204,7	138	898	12	22/18/60
10	Moss Adams	174,5	182	822	26	34/39/27
11	Plante & Moran	161,4	158	795	15	46/33/21
<i>Великі локальні</i>						
12	Amper, Poliziner & Mattia	28,4	20	135	4	46/24/30
13	Berry Dunn McNeil & Parker	21,9	25	126	5	45/27/28

У таблиці 1 наведено п'ять із семи національних аудиторських фірм, які значно менші за фірми великої четвірки. Проте вони надають такі ж послуги як фірми великої четвірки та конкурують з ними за клієнтів. Кожна національна фірма має філії в інших країнах, а тому має аналогічні можливості як міжнародна.

У США існує біля 200 аудиторських фірм з кількістю працівників понад 50 осіб. Деякі з них мають лише один офіс і обслуговують клієнтів на прилеглих територіях, інші – декілька офісів у різних штатах та філії за кордоном і надають послуги у більшому радіусі. Багато регіональних та великих локальних фірм об'єднані в професійні організації з метою обміну технічною документацією та продовження навчання.

Маленькі локальні фірми, які мають менше, ніж 25 професійних працівників, становлять 95 % всіх аудиторських фірм США. Вони здійснюють аудит та пов'язані з ним послуги для невеликих підприємств та неприбуткових організацій. Багато з таких фірм не проводять аудиторські перевірки, а переважно надають послуги з ведення бухгалтерського обліку та оподаткування.

Аудиторські фірми США надають послуги з аудиту та розширюють поле діяльності наданням послуг з підтвердження та супутніх послуг, серед яких послуги з ведення бухгалтерського обліку, податкових розрахунків та консалтингові послуги з управління.

Багато невеликих підприємств з обмеженнями в бухгалтерському персоналі покладають на аудиторські фірми підготовку фінансових звітів. Зрозуміло, що у випадках обов'язкового проведення аудиту надаються послуги з

аудиту чи огляду історичної фінансової звітності. Аудиторські фірми також широко надають послуги з підготовки податкових декларацій та оптимізації оподаткування. Консалтингові послуги з управління включають роботи з покращення системи бухгалтерського обліку підприємства-клієнта, виявлення та управління ризиками, розробки інформаційних технологій та електронної комерції, злиття та придбання підприємств, оцінки бізнесу, фінансового планування, внутрішнього аудиту та інші.

Консалтинг є значним джерелом доходів для більшості аудиторських фірм, але фірми "великої четвірки" позбулися такої практики через зацікавленість досягнення незалежності та обмеження, встановлені в США Комісією з цінних паперів та бірж (SEC). Цим підкреслюється також зростаюче значення саме контрольних функцій аудиту фінансової звітності і особливо в зв'язку зі "скандалами", які відбулися на світовому ринку аудиторських послуг, наприклад, при перевірці аудиторською фірмою "Arthur Andersen" енергетичної компанії "Enron".

Стосовно особливостей сфери аудиторських послуг в Україні необхідно відмітити наступне. Сучасні процеси інтеграції та глобалізації передбачають поширення капіталу вільного ринку практично на всі країни світу, у тому числі і на Україну. Для просування українських підприємств на ринки капіталу зарубіжних країн їм необхідно подавати фінансову звітність за міжнародними стандартами фінансової звітності (IFRS) чи загальноприйнятими в США принципами обліку (US GAAP). Таку допомогу у підготовці фінансової звітності за вказаними стандартами, а також навчання персоналу підприємства зазначе-

ним стандартам в першу чергу надають, як вид послуг, міжнародні аудиторські компанії "великої четвірки".

Професійне проведення та наступне оприлюднення результатів аудиту є ознакою прозорості підприємства, його відповідності міжнародним стандартам. Це відкриває для підприємства нові перспективи та приваблює нових партнерів.

Знання та професійний досвід багатьох аудиторів в Україні також знаходяться на достатньо високому рівні, і вони швидко опановують міжнародні стандарти звітності, але поки що не можуть достатньо конкурувати на ринках аудиторських послуг Європи та Америки.

Щодо процесів купівлі, злиття, поглинання та об'єднання підприємств, то вони розвиваються в Україні повільно, проте їх здійснення потребує методологічного аудиторського забезпечення, розробки методичного інструме-

нтарію проведення аудиту з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень за його результатами.

1. Бутинець Ф.Ф. Аудит: Підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 672 с. 2. Винарик Л.С., Шедрин А.Н., Васильєва Н.Ф. Онлайнный электронный рынок: становление, проблемы: Монография / Институт экономики промышленности – Донецк, 2003. – 176 с. 3. Кулаковська Л.П., Піча Ю.В. Організація і методика аудиту: Навч. посіб. – К.: Каравела, 2004. – 568 с. 4. Кулаковська Л.П., Піча Ю.В. Організація і методика аудиту: Навч. посіб. – 3-є видання. – К.: Каравела, 2006. – 560 с. 5. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики: Видання 2006 року / Пер. з англ. мови О.В. Селенцов, О.Л. Ольховикова, О.В. Гук, Т.Ц. Шарашидзе, Л.И. Юрківська, С.О. Куліков. – К.: ТОВ "ІАМЦ АУ "СТАТУС", 2006. – 1152 с. 6. Організація і методика проведення аудиту: Навч.-практ. посібник / В.В. Солко, Н.І. Верхоглядова, В.П. Жило та ін. – К.: Професіонал, 2004. – 624 с. 7. Arens Alvin A. Auditing and assurance services: an integrated approach / Alvin A. Arens, Randal J. Elder, Mark S. Beasley, 10th ed. – Person Prentice Hall, 2005. – 791 p. 8. www.finic.ru/services/du_e_diligence/-20k.

Надійшла до редколегії 24.02.2009

І. Комарницький, д-р екон. наук, проф.,
О. Фарат, канд. екон. наук, доц.

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ЯК УМОВА УСПІХУ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В даній статті автори характеризують особливості функціонування системи мерчендайзингу, висвітлюють вплив кольорів на психологічний стан людини. Оскільки мета мерчендайзингу – підвищити продаж й утримувати його на необхідному рівні, то автори визначають етапи послідовності роботи мерчендайзерів для досягнення максимальних обсягів збуту.

In this article, the authors describe the features of the Merchandising functioning, highlighting the impact of colour on the psychological state of the human. Since the goal is to improve the merchandising sales, and keep it at the required level, the authors determined the merchandiser's sequence of stages to achieve maximum volume of sales.

Постановка проблеми. Слово "мерчендайзинг" ввійшло в наш лексикон недавно. Той, хто працює в торгівлі знає, що воно означає. Та для багатьох ця професія залишається таємницею. Дехто здогадується, що це відносно нова торговельна спеціальність. Але чим саме займаються ці спеціалісти – чи продають, чи рекламують, – мало хто знає [5].

В багатьох країнах ці спеціалісти вже багато років забезпечують успішне просування товару від виробника до споживача в мережі роздрібною торгівлі [6].

В перекладі з англійської "merchandising" – планування та стимулювання збуту. Саме таке значення цього слова дає більшість словників загального характеру. Але словники, які приділяють особливу увагу ринковим відносинам, перекладають мерчендайзинг більш детально: це комплекс заходів, направлених на приваблення до товарів покупців за допомогою оформлення торгових залів та прилавків, а також найбільш вигідного розміщення товару в магазині. А якщо скористатись спеціальним словником маркетингових термінів, то можна дізнатись, що Американська маркетингова асоціація визначає мерчендайзинг як "планування просування правильного товару в правильній кількості в правильний час в правильному місці за правильною ціною". Іншими словами, для того, щоб покупець сприймав запропонований товар як "правильний", а значить потрібний, й існує система мерчендайзингу [6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний мерчендайзинг базується на результатах психологічних досліджень. Так психологи виявили, що на виникнення імпульсу покупки впливає яскрава і приваблива упаковка. Було також встановлено, що сильніше всього покупців гіпнотизує жовтий і червоний кольори. Колір є одним із суттєвих факторів впливу на увагу і поведінку людини на підсвідомому рівні. Тому щоб привабити покупця і підштовхнути його до покупок, торговці можуть використовувати різні кольори і кольорові сполучення [4].

Вплив кольорів на психологічний стан людини вивчав швейцарський психолог М. Люшер. Він відмітив, що жовто-червоні відтінки визивають почуття схвильованості, збудження, активності [2, с. 206].

Р. Івенс відмічає: "Інколи ми втомлюємось від звичного сполучення кольорів і раді змінам. Але тут повинна бути збережена міра: постійна нестабільність може виявитись причиною дисгармонії" [3, с. 202].

Формулювання цілей статті. В Україні мерчендайзингу сьогодні також відводиться одне з центральних місць у налагодженій системі взаємодії різних інструментів маркетингу, таких як вивчення ринку, дослідження мотивацій, реклама, ціноутворення, розроблення бренда [1].

Основними цілями нашої статті є охарактеризувати основне завдання мерчендайзингу – звернути увагу покупця на продукт чи бренд безпосередньо в точці кінцевого споживання.

Виклад основного матеріалу. Мерчендайзинг вперше почали використовувати в 30-х роках 20 ст. представники крупних концернів–таких, як Coca-Cola, Pepsi, Wrigley's, чий товар відносився до категорії імпульсного попиту. Тому можливість впливати на покупців ці фірми вирішили використовувати максимально–на всіх етапах руху товару. Концерни провели аналітичну роботу і прийшли до парадоксального висновку, що дві третини покупців, які заходять до роздрібного магазину, ще не знають що конкретно вони хочуть придбати. А якщо і знають, то не знають якої марки. Вийшло, що роздрібні магазини–це останній рубіж між покупцем та продавцем, коли можна вплинути не тільки за допомогою роботи продавця, але й нюансами експозиції товару. Західні спеціалісти прийшли до висновку, що правильна експозиція дає приріст товарообігу від 12 до 18 %. Тому скоро мерчендайзинг почав використовуватись не тільки в роботі з товарами імпульсного попиту, але і в торгівлі товарами інших груп [6].

Для збільшення обсягів продажу необхідно використовувати різні кольорові гами в оформленні торговельного залу. Різні кольори по-різному впливають на емоційний стан людини. Одні з них можуть пригнічувати, а інші – навпаки привертати до себе увагу. Для того, щоб правильно визначити відтінки кольорів торговельного залу, необхідно знайти "золоту середину", щоб не напружувати і не відштовхнути клієнта [4].