

разработка концепции мерчендайзинга, ее внедрение, формирование структуры (подразделения) и обучение.

Для решения указанных проблем в деятельности организаций розничной торговли необходимы следующие мероприятия:

- разработка организационной структуры и процедур работы направления мерчендайзинга в торговой организации;
- разработка принципов и правил применения мерчендайзинга (правила запаса, расположения и представления продукции в точках продажи, а также расположение ценников и POS-материалов);
- разработка базовой программы, на основе разработанных принципов и правил мерчендайзинга;
- обучение персонала;
- система полевого контроля.

Таким образом, при внедрении на предприятии вышеперечисленных пунктов формируется общее положение по мерчендайзингу, которое будет способствовать повышению продаж торговой организации.

Список использованных источников

1. *Сысоева, С.В.* Мерчендайзинг: курс управления ассортиментом в рознице / *С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова.* — СПб. : Питер, 2015. — 240 с.

Е.Г. Матюшонок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Кармызов

СИСТЕМА СКИДОК В ТОРГОВОМ БИЗНЕСЕ

Оффер — это деловое предложение, способное заинтересовать клиента. Наиболее известная разновидность «оффера» — это скидка. Скидки как инструмент модификации цен используются для того, чтобы реагировать на более низкие цены конкурентов, ликвидировать слишком большие запасы товаров, привлекать большее число покупателей, стимулировать потребление.

На сегодняшний день ни одна организация, успешно функционирующая на рынке, не может обойтись без применения различного рода скидок, так как именно система скидок позволяет предприятию оперативно воздействовать на спрос. В теории цен выделяют скидки плановые и тактические. Плановые скидки связаны с продвижением производителями продукции товаров на рынок и представляют собой форму компенсации затрат посредника на продажу товара. Непосредственного снижения цен при этом не происходит. Тактические скидки направлены на достижение краткосрочного эффекта, который может заключаться в увеличении продаж либо в сокращении излишних запасов. В качестве примера «тактических скидок» можно привести всем известное

масштабное мероприятие в торговых сетях под названием «BlackFriday» либо русский эквивалент — «Черная пятница».

Традиция реализовывать товар по низким ценам каждую пятницу после Дня Благодарения впервые сформировалась на территории США: предпринимателям было необходимо реализовать продукцию, освободив тем самым место для новых поступлений. О черной пятнице в Беларуси сегодня слышаны многие. Черная пятница — грандиозный проект, в котором участвуют как крупные онлайн-гипермаркеты, торговые центры, сети, так и небольшие интернет-бутики. Например, в ТЦ «Galileo» 17 ноября 2017 г. состоялась «Вечеринка скидок», которые достигали 70 %. Наблюдая за картиной происходящего, хочется отметить, что в таких комплексах магазинов одежды, как «Terranova», «Calliopo», «Oodji» и др., покупателям совершенно было не интересно, что продавалось. Главная задача заключалась в том, чтобы скупить максимальное количество товара по выгодной цене. Не обошлось и без случаев, когда скупалась продукция, надобности в которой не было.

Владельцы магазина заинтересованы в распродаже горячей продукции или товаров, которые не пользуются спросом у клиентов и потребителей. Естественно, что каждый рассчитывает избавиться от ненужного товара, поскольку они чреватые лишь сплошными убытками, не более. Таким способом можно оперативно избавляться от старых и ненужных вещей.

Однако для того чтобы не потерять смысла такого дня, организаторам нужно сделать выбор в пользу частоты проведения акций. Предоставляемые скидки должны быть прозрачными, а товар соответствующего качества. Только таким способом можно завоевать доверие клиентов и увеличить продажи.

Список использованных источников

1. Дурович, А.П. Основы маркетинга : учеб. пособие / А.П. Дурович. — 2-е изд. — М. : Новое знание, 2006. — 512 с.
2. Ерчак А.И. Просто о сложном: скидки в торговле [Электронный ресурс] / А.И. Ерчак // Планово-экономический отдел. — Режим доступа: http://peomag.by/number/2007/1/skidki_torgovlya/. — Дата доступа: 16.02.2018.
3. Суть проведения черной пятницы и когда она проводится [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://hvasty.com/blackfriday/sut-provedeniya-chyornoj-pyatnitsyi.html>. — Дата доступа: 16.02.2018.