

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИКА  
И УПРАВЛЕНИЕ  
В XXI ВЕКЕ**

Материалы межрегиональной  
научно-практической конференции  
15 ноября 2016 года  
Улан-Удэ

В авторской редакции

2016 г.

# СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРА НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИЙ Г. УЛАН-УДЭ

*Шаглуева Раджана*

*ГБПОУ «Бурятский аграрный колледж им. М.Н.Ербанова»*

*Научный руководитель: Очирова Светлана Очировна*

Скидки- это инструмент продаж, маркетинговый ход. Но, внимание, скидки бывают разные, где-то они более актуальны и рассчитаны на покупателя, а где-то цель скидок — лишь пустить пыль в глаза и не более того.

В практике маркетинга и товарного рынка используется обширная система ценовых скидок (дисконтов), например: скидка на большой объем покупки («бонусная скидка»); скидка на наличный расчет (скидка «сконто»); скидка постоянным клиентам, сезонная скидка, экспортные скидки и т.п.

С позиции маркетинга, важно понимать ту постоянную вещь, что скидка есть нечто вторичное, она не первая цель. Скидка лишь призвана дополнять интегрированную концепцию маркетингового инструментария, симулируя продажи. Но именно дополнять, а не изменять. А между тем происходит обратный процесс — скидки и игра на скидках заменяют все остальные варианты продвижения.

Практическая часть работы заключалась в проведении опроса среди жителей г. Улан-Удэ и исследования магазинов, то есть какими скидками пользуются предприятия г. Улан-Удэ.

Исследование показало что предприятия г. Улан-Удэ используют следующие виды товара :

1. Простая скидка
2. Скидка за ускорение оплаты
3. Скидка за объем приобретаемого товара
4. Накопительная скидка (скидка за оборот)
5. Дилерская скидка
6. Скидка розничным продавцам
7. Сезонная скидка
8. Скидка на новый товар

Опрос показал, что жители города не сильно уверены в правдивости скидок и большинство думает, что это обман и подвох.

В заключении хотелось предоставить, что скидки выгодны, ведь дешевле купить товар, на который скинули цену, пусть даже эта цена не соответствует начальной, чем покупать ее с большой накруткой.

Исследования магазинов, можно сделать вывод, что скидки как выгодны, так и не выгодны, поэтому каждый из нас должен обращать внимание на цены и скидки, акции которые к нему предлагаются, ведь за яркой внешней скидкой может скрываться обман, который выгоден продавцу.