

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Студент гр. 11308112 Чернов Д.С.

Ст. преподаватель. Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

В процессе стимулирования национальной экономики Республики Беларусь, особую значимость приобретает такая важная форма реализации товаров, как розничная торговля.

Розничная торговля - это завершающая форма продажи товаров конечному потребителю в небольших объемах через магазины, павильоны, торговые дома и другие пункты сети розничной торговли. Розничные торговые предприятия реализуют товары непосредственно населению, то есть физическим лицам, применяя свои, специфические способы и методы розничной продажи, окончательно завершают обращение от изготовителя продукции.

В последнее время конкурентная борьба на белорусском рынке розничной торговли становится все более острой. Одним из способов решения этой проблемы может стать система стимулирования продаж, направленная на активизацию поведения покупателей. Методы стимулирования – это всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать его. Комплекс стимулирования сбыта состоит из четырех основных средств воздействия: реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг от имени известного спонсора; пропаганда ("паблисити") – неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены; личная продажа – устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью совершения продажи. Каждому средству стимулирования – рекламе, личной продаже, стимулированию сбыта и пропаганде – присущи свои уникальные характеристики, свои виды издержек; стимулирование сбыта – кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуг. Хороший эффект привлечения внимания покупателей дают собственные печатные СМИ, сообщающие о текущих ценах, скидках, распродажах, подарках. Таким образом, комплекс стимулирования сбыта оказывает значительное влияние на процесс продаж в розничном торговом предприятии и способствует совершенствованию его деятельности.