

## **МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИМПУЛЬСНЫХ ПОКУПОК В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Импульсные покупки составляют около 70% всего объема продаж среднестатистического предприятия в розничной торговле. Поэтому особое место при построении стратегии развития торгового предприятия занимает проблема обеспечения роста объема импульсных покупок. Для решения этой задачи используются следующие методы:

**яркая презентабельная упаковка:** формированием стиля и имиджа упаковки товара занимаются специалисты, а иногда даже отделы; их задачей является подбор оптимальной цветовой гаммы, оригинальность и неповторимость рисунка, который должен ассоциироваться с конкретной торговой маркой и раскрывать преимущества продукта;

**расположение категории в лучшем месте (на трафике):** понятие трафика предполагает расположение категории вдоль по траектории движения основной массы покупательского потока, по периметру торгового зала или между регалами в прямой видимости покупателя; лучшее место выкладки приносит поставщику плюсовые 25% продаж;

**наилучшее сочетание номенклатурных групп:** существуют разработанные схемы построения оптимальной последовательности при расположении категорий на площади торгового зала, например, на входе принято размещать овощи и фрукты, так как фруктовые ароматы настраивают покупателей на позитивный лад, хлебобулочные изделия и молочный отдел следует располагать в конце торгового зала; не рекомендуется размещать вблизи такие категории как промтовары и хлеб;

**использование известных брендов:** поддержание сильных торговых марок предприятием розничной торговли гарантирует стабильность выручки;

**продуманное рекламное сопровождение:** качественное рекламное обслуживание способно увеличивать объем продаж в полтора, два раза;

**эффективный мерчендайзинг:** предполагает использование принципа ФИФО (старая упаковка – вперед, новая – назад); фронтальное расположение линии на полке; группировку товаров по торговым маркам, типу упаковки, классу (эконом, премиум, суперпремиум); в центре следует располагать более дорогие товарные категории.

**И.В. Кузеванова, З.В. Глухова**

*Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия, г. Омск*

## **ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЕ СОСТОЯНИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ**

Строительство представляет собой отдельную самостоятельную отрасль экономики страны, которая предназначена для ввода в действие новых, а так же реконструкцию, расширение, ремонт и технического перевооружения действующих объектов производственного и непроизводственного назначения.

Определяющая роль отрасли строительство заключается в создании условий для динамического развития экономики страны в целом. На данный момент строительный комплекс представляет собой особый сектор в экономике страны, в котором возможно эффективное превращение свободных финансовых средств населения и предприятий всех форм собственности в инвестиционные ресурсы, в надежные и высокоприбыльные капиталовложения.

Строительство значительно отличается от других отраслей экономики и имеет ряд особенностей, которые влияют на решение той или иной проблемы. Проблема инвестирования инновационной деятельности заключается в основном в степени износа основных фондов, которая на данный момент составляет 43,9%, в т.ч. состояние техники, машин, оборудования, износ – 57%. При современном темпе научно-технического прогресса в большинстве случаев моральный износ наступает раньше физического. Это указывает на излишнюю долговечность основных фондов и связанные с этим потери. Избежать излишней долговечности