

## **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

в процессе проектирования строительной продукции можно за счет принятия решений, основанных на последних достижениях техники.

Говоря об инновациях в строительстве, безусловно, подразумевается тесная связь с промышленной сферой, энергосберегающей сферой и многими другими сферами. Кроме того строительство материалоемкая и информативная отрасль. Поэтому речь об инновационной деятельности идет, в основном, в области технических, материальных, технологических продуктов, применяемы в строительстве.

Доля России на мировом товарном рынке высоких технологий ничтожно мала – около 0,3%. По абсолютному объему экспорта высокотехнологичной продукции Россия уступает не только развитым странам мира, но и таким странам, как Китай и Венгрия. Такое положение на мировом рынке будет длиться до тех пор, пока Россия не пойдет по пути ускоренного развития отечественного научно-исследовательского прогресса. На сегодняшний день, рассматривая развитие инновационного процесса в России на фоне мировых тенденций, отмечается низкий уровень финансирования отечественной науки и техники. Доля внутренних затрат на исследования и разработки в России составила приблизительно 1,36% ВВП, что в два раза ниже, чем в развитых странах.

Особенность строительства это стационарность продукта и не стационарность производства, поэтому главной целью разработки и применения инноваций является упрощение производственного процесса. В связи с тем, что ресурсы исчерпываются, перед человечеством стоит вопрос о замене того или иного сырья, усовершенствованию различных технологий, смена старого оборудования новым, что обеспечит быстреее производство продукции, ускорит сроки выполнения и эффективность.

Таким образом, современный период становления и развития рыночного механизма управления инвестиционно-строительным комплексом, отягощенный грузом многих проблем предшествующего реформирования, характеризуется рядом важных предпосылок для определенного роста эффективности производства и повышения качества продукции.

**А.Р. Курманов**

*Уфимский государственный авиационный технический университет*

## **МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ БАНКОВСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ**

Впервые термин «мотивация» был использован А. Шопенгауэром. В современной теории и практике при исследовании проблем мотивации в качестве основных детерминант поведения чаще всего рассматривают потребности или интересы.

Управление персоналом банковского учреждения все менее может ограничиваться рамками простого стимулирования. Необходимы качественно иные решения, позволяющие в полной мере использовать творческий потенциал работников.

Одним из инструментов воздействия на мотивацию является система оплаты труда в банках. Согласно исследованиям, сотрудники розничных банков предпочитают фиксированную оплату труда, тогда как персонал инвестиционных банков выступает за повышение доли ее переменной части. Многие банки занимаются внедрением механизмов частного пенсионного обеспечения и медицинского страхования. Широкое распространение получает система целевых бонусов за достижение согласованных целей. Рациональным является предоставление акций банка сотрудникам. Как правило, до 10% акций среднестатистического зарубежного банка находится в руках его работников. Подобная практика применима и для России, однако находится еще на стадии зарождения. Возможно введение среднесрочных бонусов, конвертируемых в акции, либо предоставление права купить акции банка на более выгодных условиях. В России средний уровень заработной платы финансовых специалистов банковского сектора отстает от среднего уровня в других секторах экономики, банки должны активнее стимулировать работников, чтобы названные системы стали важным инструментом повышения эффективности их деятельности.

Один из факторов, влияющих на мотивацию – наличие сильного бренда организации. Даже при менее высоком уровне оплаты труда, банк, зарекомендовавший себя как надежный, способен сильнее мотивировать персонал.