

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СИБИРСКАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ШКОЛА (КОЛЛЕДЖ)
АННЫ МУРАТОВОЙ»

Проект
По дисциплине «Экономика»
Тема: Скидки . Кому они
выгодны?

Выполнил(а) :
Студент(ка) группы
Специальности:.

Омск 20__

Паспорт проекта

Актуальность проекта : Узнать выгодны ли скидки или нет.

Цель проекта : Сформировать представление о скидках.

Задачи проекта :

- Узнать историю возникновения скидок ;
- Изучить виды скидок ;
- Узнать мнение людей .

Тип проекта : Индивидуальный исследовательский проект.

Сроки выполнения : 03.09.2021-23.12.2021 гг.

Объект исследования : Скидки.

История возникновения скидок

Впервые официальные распродажи стали проводиться в Европе, так как именно европейский рынок в начале 18 века был самым динамично развивающимся. А в конце 18 века на витринах европейских магазинов покупатели стали уже обнаруживать весьма привлекательные надписи, которые сообщали о скидках. С этих пор скидки стали предоставляться всем желающим.

Постепенно распродажи расширяли свою географию, и к началу 19 века они появились в России, Америке.

Распродажи в настоящее время преследуют более широкие цели. Так, товары по сниженным ценам помогают не только привлекать клиентуру и избавляться от излишков товаров, но и выживать в жестком мире конкуренции.

Понятие скидки

Скидка — сумма, на которую снижается продажная цена товара, реализуемого покупателю . Скидка — добровольное, одностороннее снижение стоимости товара (услуги) продавцом (поставщиком услуги) от первоначальной стоимости товара (услуги).



Виды скидок

По своей коммерческой природе скидка может быть одного из двух видов:

1. плановая скидка
2. тактическая скидка

Основные виды скидок:

3. простая скидка
4. скидка за ускорение оплаты
5. скидка за объем приобретаемого товара
6. накопительная скидка (скидка за оборот)
7. дилерская скидка
8. скидка розничным продавцам
9. сезонная скидка
8. скидка на новый товар
9. скидка за качество
10. экспортная скидка
11. Рабат

Общая (простая) скидка - предоставляется с прейскурантной или со справочной цены и обычно составляет 20 - 30%, а в некоторых случаях - до 40%. Такие скидки широко практикуются при заключении сделок на машины и оборудование, в частности, на стандартные виды оборудования.

The advertisement features a light blue background with stylized white snowflake patterns. In the foreground, two cars are shown: a silver ZAZ Chance and a blue ZAZ Vida. Above the silver car is a red circular price tag that reads "ZAZ CHANCE" and "от 249 000 руб." with a crossed-out "275 000 руб." below it. Above the blue car is a red circular price tag that reads "ZAZ VIDA" and "от 379 000 руб." with a crossed-out "400 000 руб." below it. To the left of the cars is a large red tag with the text "СУПЕР СКИДКИ" and "НА АВТОМОБИЛИ 2012 ГОДА". Below this tag is a blue button with the text "УЗНАТЬ БОЛЬШЕ".

СУПЕР СКИДКИ
НА АВТОМОБИЛИ 2012 ГОДА
[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

ZAZ CHANCE
от **249 000** руб.
~~275 000 руб.~~

ZAZ VIDA
от **379 000** руб.
~~400 000 руб.~~

Скидка за ускорение оплаты - мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он произведет оплату приобретенной партии товара ранее установленного контрактом срока.

Скидка за объем покупаемого товара - соразмерное уменьшение цены для покупателей, закупающих большие количества аналогичного товара.



Скидка за оборот (бонусная скидка) - предоставляется постоянным покупателям на основании специальной доверенности. Шкала скидок, в зависимости от достигнутого оборота в течение определенного срока (обычно одного года), бонусные скидки достигают 15-30%.



Дилерская скидка - предоставляется производителями своим постоянным представителям или посредникам по сбыту, в том числе и заграничным. Эти скидки широко распространены при продаже автомобилей, тракторов и некоторых видов стандартного оборудования. Дилерская скидка в среднем 15 - 20% .

С 15 по 21 июня в магазине **Детский Дилерский Центр** скидка на весь ассортимент

-40%

Скидки розничным продавцам - могут использоваться для стимулирования розничного товарооборота. Они обычно предоставляются тем участникам товародвижения, которые выполняют те или иные функции в процессе продвижения товара на рынок, и связаны с хранением, учетом и сбытом реализуемой продукции.

Сезонные скидки - устанавливаются на виды товаров, на которые спрос имеет ярко выраженный сезонный характер, и только тем покупателям, которые приобретают их не в сезон, для которого они предназначены.



Скидка для поощрения продаж нового товара - мера снижения стандартной цены продажи, которая гарантируется торговым посредникам, если они берут для реализации новые товары, продвижение которых на рынок требует повышенных расходов на рекламу и услуги торговых агентов.

Скидки за качество - заключается в предоставлении скидки за завершающие работы по приспособлению товара к требованиям рынка.



Экспортные скидки - предоставляются продавцами при продаже товаров иностранным покупателям сверх тех скидок, которые действуют для покупателей внутреннего рынка. Их цель - повысить конкурентоспособность того или иного товара на внешнем рынке.

Рабат (англ. rebate — скидка, уступка) — скидка с цены товара, предоставляемая в виде процента или определенной суммы при покупке товара крупными партиями.



Социологический опрос

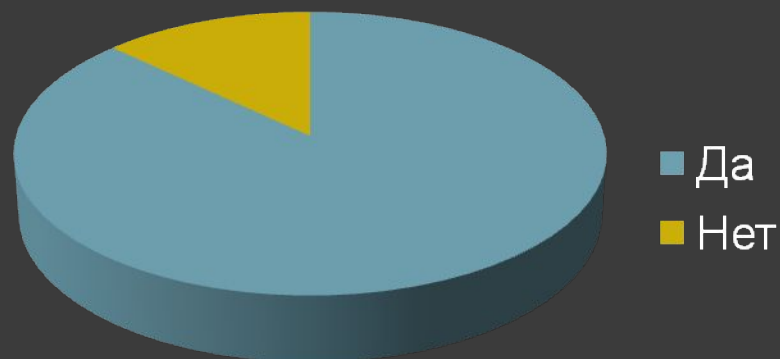
Мною было опрошено 23 человека , которые ответили на вопросы.

- 1) Выгодны ли скидки по вашему мнению ?
 - А. Да
 - В. нет
- 2) Интересуетесь ли Вы заранее где какие скидки ?
 - А. Да
 - В. Нет
- 3) Часто Вы покупаете товар по скидке (распродаже) ?
 - А. Да
 - В. Нет
- 4) Кому выгодны скидки по вашему мнению ?
 - А. покупателю
 - В. Продавцу
 - С. И покупателю и продавцу

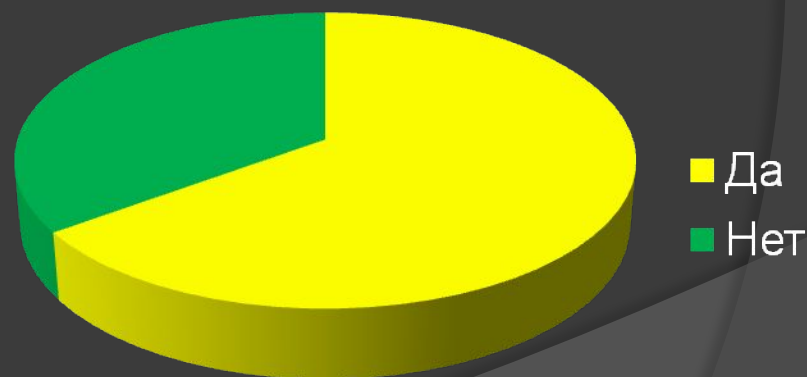
Рассмотрев первый вопрос «Выгодны ли скидки по вашему мнению?» 87% людей ответили да, а остальные 13% ответили нет.

Взяв также третий вопрос «Часто Вы покупаете товар по скидке (распродаже)?» – 65% людей ответили да, а остальные 35% нет, можно сделать вывод.

1 опрос



2 опрос



В заключении хочется отметить тот факт, все «уловки», на которые попадаются большая часть потребителей - это успешная работа трейд маркетинга. С одной стороны, они помогают потребителю приобрести товар по более низкой цене, а с другой - обманывают покупателей. Но мы ведь сами попадаем на этот крючок, поэтому нет повода жаловаться. Большая часть респондентов попадает на эти маркетинговые ходы, «уловки».

Спасибо за внимание!