

лекта) и автоматизированном режимах с целью повышения эффективности производства и качества предоставляемой электроэнергии, надежности и энергетической безопасности систем генерации и сетевого распределения электроэнергии. Внедрение и применение данной сети на энергетических предприятиях Беларуси совершенствует и улучшит энергосистему.

УДК 339.565:656.13(476)

## **РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Хомец Ю.В., студентка 3-го курса

Научный руководитель – Карсеко А.Е., старший преподаватель  
кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Беларусь

Логистический потенциал Республики Беларусь велик: это транзитная страна, находящаяся на пересечении основных маршрутов из Западной Европы в Россию и от Черноморского побережья в Страны Балтии. Одной из мер, предпринятых для его успешной реализации, стало создание в 2010 году Таможенного союза. Позже он трансформировался в Евразийский Экономический Союз. Также была принята Стратегия развития транзитного потенциала на 2011-2015 годы, в соответствии с которой было построено 19 логистических центров (всего их 38), реконструированы и построены дороги, некоторые сделаны платными, открыты новые пункты пропуска на польском, литовском, латвийском направлениях, введена добровольная сертификация логистических услуг. Однако на пути к освоению транзитного потенциала были выявлены следующие проблемы: нехватка квалифицированных кадров, излишний административный контроль, несовершенство законодательства, высокие налоги, неразвитость дорожной инфраструктуры, малый ассортимент услуг логистических центров, избыток складских помещений, слабая интеграция в международную логистическую систему. Для решения вышеобозначенных проблем необходимо провести ряд ме-

роприятий, таких как: совершенствование таможенного регулирования, а также законодательства в области транспортной деятельности; формирование рынка 3-PL услуг; проведение унификации и стандартизации документооборота; увеличение финансирования в придорожный сервис; подготовка квалифицированного персонала в сфере логистики; расширение ассортимента логистических услуг и пр.

УДК 005.963.43

## **МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК МЕТОД ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ**

Хомец Ю.В., студент 3-го курса

Научный руководитель – Мотько Н.А., старший преподаватель  
кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Беларусь

Любое предприятие, которое связано с торговлей, стремится любыми способами увеличить объемы продаж. Одним из инструментов для достижения данной цели является мерчендайзинг (от английского *merchandise* - продвигать на рынке) [1]. Мерчендайзинг - это набор технологий для построения эффективных коммуникаций между покупателем и товаром на местах продаж.

Мерчендайзинг начал развиваться 20 лет назад. Под этим понятием понимается форма маркетинговой коммуникации, деятельности, направленной на обеспечение максимально интенсивного продвижения товара в розничной торговле через установление системы мер, главным образом не вербально воздействующих на процесс принятия решения о покупке.

Основные цели мерчендайзинга это: сориентировать клиента на покупку товара, создать положительное отношение к торговой марке и производителю, повысить уровень продаж, обеспечить продвижение товара в розничной торговле.

Основные задачи мерчендайзинга это: информирование о месте нахождения товара, характеристика стоимости и качества товара, убеждение в нужности покупки, привлечение внимания к данному