

Это наше мировоззрение, стереотипы, возникшие из контакта с окружающей средой и окружающим обществом, лингвистическое – это язык, речевое общение, это знание как правильно подать информацию. Программирование заключается в убеждении человека в том, что ему необходима определенная направленность и алгоритм поведения.

НЛП использует три основных подхода: репрезентативные типы (аудиальный, визуальный и кинестетический), двойное воздействие слов (рационально-логическое, эмоционально-образное), мета-программирование.

Методы нейролингвистического программирования делятся на четыре группы: подсознательные, латеральные, гипнотические и суггестивные.

Приёмы нейролингвистического программирования: скрытые команды, метод «три да», ищи хорошие мотивы в плохих поступках, проси так, чтобы тебе не отказали, повторяй слова собеседника, предлагай заведомо неудобный вариант, отвечай вопросом на критику, выбор без выбора, переключение внимания.

НЛП, по сути, собрание самых эффективных психологических приёмов и техник.

Их применение влияет на наше подсознание и нередко заставляет поступать не так, как нам самим хочется. Чтобы выйти из-под влияния НЛП-техник, специалисты, занимающиеся данным вопросом, советуют изучать их и учиться использовать в свою пользу.

УДК 658.7

### **Функции закупочной логистики в современных условиях хозяйствования**

Плисюк А. В.

Научный руководитель старший преподаватель Савчук Н.Н.

Белорусский национальный технический университет

Закупочная логистика – это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами. Основные вопросы, на которые следует ответить в процессе обеспечения предприятия предметами труда, традиционны и определяются логикой снабжения: что закупить; сколько закупить; у кого закупить; на каких

условиях закупить. Существует два механизма закупочной логистики торговых сетей: напрямую от поставщика; через распределительный центр. В первой модели поставщики напрямую снабжают все магазины сети товарами. Второй вариант, когда, розничная торговая сеть создает собственный распределительный центр. Однако необходим анализ рентабельности создания распределительного центра. Первый торговый центр «Корона» был открыт 15 августа 2006 года в Минске по улице Кальварийская, 24. В двухэтажном здании разместились гипермаркет, магазин бытовой техники, галерея бутиков модной одежды, кафе и ресторан. Вскоре торговые центры появились и в регионах: в 2009 г. в Бресте, в 2010 г. в Бобруйске, в 2011 г. в Витебске. Важно отметить, что бизнес-стратегия предприятия предполагает организацию в регионах такого же высокого уровня обслуживания, как и в столице. В торговых центрах «Корона» применяется централизованная модель управления. Единый центр управления делегирует магазинам функции, минимально необходимые для участия в логистических операциях. К преимуществам данной модели относятся снижение издержек, эффективное использование аппарата управления при его концентрации в едином центре. Недостатком является зависимость от бесперебойной и эффективной работы информационно-компьютерной системы.

Таким образом, в торговых центрах «Корона» используется централизованная модель управления закупочной логистики, которая в полной мере отвечает всем функциям и задачам обеспечения материальными ресурсами в современных условиях деятельности.

УДК 331:316.75

### **Гендерная результативность управления**

Плюсюк А.В.

Научный руководитель к. с. н., доцент Кандричина И. Н.

Белорусский национальный технический университет

Выделяют два подхода к результативности управления. Первый из них – результаты любой ценой, руководителям жесткого стиля свойственно создавать так называемые «выжимающие системы», которые работают через «не могу».