сравнительного анализа. Она позволяет оценить уровень исследуемого показателя по данному региону по сравнению с эталонным регионом. Преимуществами использования данной методики являются:

- возможность сопоставления нескольких объектов по широкому кругу показателей;
- возможность оценки позиции региона по уровню его интеллектуального капитала в сравнении с другими регионами государства;
- возможность принятия решения о необходимости укрепления позиций региона по отдельным составляющим интеллектуального капитала;
- возможность выявления слабых и сильных сторон интеллектуального капитала региона
- характеристика степени отставания других регионов от эталонного по показателям, определяющим интеллектуальный капитал.

Поскольку интеллектуальный капитал региона не может быть оценен как совокупность отдельных его составляющих, оценка проводится в разрезе каждого его составного элемента, вследствие чего выявляются позиции региона по уровню его интеллектуального капитала по сравнению с другими регионами государства.

Лисовский М.В., БГЭУ (Минск)

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

Задачами мерчендайзинга являются:

- принятие решения об ассортименте, методах представления и размещения товаров в торговой точке;
- осуществление гибкой ценовой политики и условий закупок для магазинов;
- создание особенной атмосферы магазина, совершенствование его планировки, эффективное расположение указателей;
- совершенствование видов и способов рекламы в местах продаж, проведение акций, демонстраций, консультирование персонала магазинов.

Целями мерчендайзинга являются: увеличение объема продаж; создание конкурентного преимущества данной торговой марки; привлечение внимания покупателя к новым товарам; закрепление в сознании потребителей отличительных черт товаров данной марки; влияние на поведение потребителей; обеспечение покупателей информацией.

Важную роль в мерчендайзинге занимают искусство создания особой атмосферы магазина, изучение влияния чувственных компонентов (освещения, цвета, света, звуков, запахов) на принятие решения покупателем и использование различных шрифтов на упаковке.

Лихачева Н., ИАЭ НАН РБ (Минск)

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА САХАРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Беларусь относится к числу стран с повышенным потреблением сахара, который обеспечивает значительную долю необходимого энергетического содержания пищевого рациона населения.

Рынок сахара в республике формируется как на основе его производства из собственного сырья, так и на основе импорта сахара-сырца.