

цена», «хит сезона», «акция», «скидка» и т.д.) увеличивает продажи на 25–70 %; переворачивание товара задней частью к покупателю (описание, свойства, изготовитель) снижает продажи на 12 %; открытая дверь в магазин увеличивает продажи на 8 % [3].

Наибольшие затруднения в использовании мерчандайзинга в розничной торговле связаны с дисбалансом между структурой продаж и структурой площадей для выкладки товаров, отсутствием скоординированных действий у поставщиков и розничных торговцев по созданию прочных взаимоотношений с потребителями и разработке ассортиментной политики с учетом принципов мерчандайзинга и гармонично настроенной на потребности покупателей по всей цепочке поставок. Таким образом, мерчандайзинг путем создания атмосферы, благоприятствующей покупке, оказывает сильное влияние на продажи за счет наиболее эффективных способов торговли, опираясь на изучение психологии потенциальных покупателей. По сути это организация самого процесса продажи товаров конечным покупателям и управление им.

Список использованных источников

1. Шулыгина, О. Увеличение объемов продаж в розничной торговле [Электронный ресурс] / О. Шулыгина // Консалтинговая группа MD. — Режим доступа: <http://md-promotion.ru/articles/html/article32676.html>. — Дата доступа: 17.02.2018.
2. Мерчандайзинг: правила и инструменты повышения розничных продаж [Электронный ресурс] // Журнал «Генеральный Директор» — профессиональный журнал руководителя. — Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/3698-merchandauzing>. — Дата доступа: 18.02.2018.
3. Дневник маркетолога — блог о современном маркетинге [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://blogmarketologa.ru/for-marketolog/experience/kak-vliyaet-merchandajzing-na-prodazhi/>. — Дата доступа: 17.02.2018.

В.И. Валева

ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

Научный руководитель М.Е. Карпицкая

(канд. экон. наук, доцент)

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИКИ

Современный рынок транспортных услуг является экспортной составляющей в Республике Беларусь. Это обусловлено географическим размещением нашей страны и хорошей дорожной инфраструктурой. В условиях конкурентной среды транспортные компании стараются предложить наиболее выгодные условия сотрудничества для клиентов. Для извлечения максимальной прибыли из предоставляемых логистических услуг необходимо правильно организовать рекламную деятель-

ность. Ранее в данной сфере рекламе не уделялось должного внимания, но сейчас реклама транспортных услуг представляет собой большое разнообразие способов донесения нужной информации до конечного потребителя.

Для качественного представления логистической компании следует проанализировать действия конкурентов (типы транспортной рекламы, системы скидок, принципы проведения рекламных акций, размещение рекламы в СМИ). Далее следует определить цель рекламных мероприятий и выявить наиболее эффективные. Благодаря использованию современных средств коммуникации можно донести до потребителя нужную информацию о фирме и полном спектре логистических услуг, грузоперевозок, а также о ценовом факторе, комплексности услуги и других преимуществах, которые получит потребитель услуги при обращении именно в конкретную организацию.

Важным моментом для продвижения транспортных услуг считается правильный выбор целевой клиентуры. И к ним относятся те, кто достаточно активно занимается организацией доставки всевозможных грузов, товаров, производством, торговлей, упаковкой — предприятия и частные лица, нуждающиеся в международных автоперевозках, морских доставках, контейнерных перевозках, в доставке разной продукции по регионам. На сегодняшний день одной из самых эффективных видов рекламы считается веб-сайт. Ведь потенциальные клиенты, которые являются основными заказчиками транспортных услуг, имеют возможность оперативного мониторинга предложений по всему рынку. Также эффективный результат фирма может достичь при использовании баннерного или контекстного способа рекламы и т.д. [1]. Подводя итог можно перечислить наиболее эффективные средства рекламы по продвижению транспортной или логистической организации:

- 1) проведение рекламы в Интернете через корпоративный веб-сайт;
- 2) применение наружной рекламы с последующим нанесением логотипа, телефонов и адресных данных компании на грузовых автомобилях;
- 3) реклама транспортных услуг на телевидении и радио;
- 4) размещение рекламной информации в профильных журналах.

Таким образом, при помощи рекламы своих транспортных услуг можно обеспечить успешное развитие компании и ее конкурентоспособность.

Список использованных источников

1. Реклама транспортных логистических услуг, грузоперевозок, в мегаполисе и малых городах. Методы эффективной рекламы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://com-stil.com/>. — Дата доступа: 11.02.2018.