

автомобилей Geely: техническое обслуживание автомобилей Geely, гарантийный и послегарантийный ремонт, бесплатная диагностика ходовой части.

В целом, слаженная работа всех отделов компании, внедрение новых технологий, идей, маркетинговых ходов приводит к ежегодному увеличению доли рынка продаж компании, что позволяет получать максимальную прибыль предприятию, способствовать увеличению его имиджа.

#### **Список использованных источников**

1. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс [и др.]. — 4-е изд. — М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2009. — 1200 с.

2. Данные о предприятии «Совместное белорусско-китайское производство автомобилей Geely» (СЗАО «БЕЛДЖИ») [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://beltrade.by/>. — Дата доступа: 20.02.2018.

**В.С. Витко, В.А. Пронин**

*БГЭУ (Минск)*

**Научный руководитель С.В. Стасюкевич**

## **МЕРЧАНДАЙЗИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА УВЕЛИЧЕНИЕ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ**

Мерчандайзинг — это новое направление в маркетинге, популярность которого в последнее время постоянно растет. Мерчандайзинг является искусством торговли, а именно умением представить товар. Это совокупность различных техник, направленных на выкладку товаров на полках, взаимодействие с целевой аудиторией и привлечение внимания потребителей к конкретным изделиям. Международная ассоциация рекламы предоставила результаты исследований, согласно которым в тех торговых объектах, где продавцы придерживаются стандартов мерчандайзинга, объем продаж увеличивается на 300 % [1]. К инструментам мерчандайзинга можно отнести практически все, что располагается в торговом зале и имеет отношение к продажам. Данные инструменты представлены дизайнерским оформлением магазина, торговым оборудованием, спланированным потоком покупателей в торговом зале, униформой персонала и различными рекламными материалами. Тем не менее эффективной работе таких инструментов должна предшествовать специальная подготовка [2]. Мерчандайзинг способен изменить продажи в розничном магазине в ту или иную сторону: подсветка товара в стеклянной витрине увеличивает продажи на 23 %; размещение описания и основных характеристик на технически сложный товар, непосредственно рядом с образцом, увеличивает продажи группы на 15–30 %; размещение на ценниках «различных уловок» («лучшая

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-