

сразу видит свободные остатки товаров на планируемый момент. Если на складе нет необходимого количества товара, менеджер сообщает клиенту, на какую дату можно осуществить отгрузку, воспользовавшись данными системы по запланированным поставкам товаров от поставщиков или перемещения с других складов. В конфигурации действует четкий инструмент резервирования. Товар бронируется на складе предприятия или заказывается у поставщиков под конкретные заявки заказчиков.

Одним из ключевых достоинств рассматриваемой конфигурации является гибкость платформы, что позволяет широко применять программу в самых различных областях, в том числе и коммерческой деятельности торговой организации. Реализованные в ней механизмы управления оптовыми и розничными продажами, маркетинговыми мероприятиями, оптовыми закупками, складом и финансами предприятия, прочими активами и пассивами открывают широкие возможности для ведения учета и выходят далеко за рамки традиционных учетно-управленческих стандартов.

#### **Источники**

1. *Чарина, К.Е.* Автоматизация розничного товарооборота торгового предприятия на основе внедрения системы «1С: Торговля и склад» [Электронный ресурс] / К.Е. Чарина // Молодой ученый. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/114/29901/>. – Дата доступа: 02.12.2018.

2. 1С: Управление торговлей 8 для Беларуси [Электронный ресурс] // Своя система. — Режим доступа: <http://svoayasistema.by/prodykty/upravlenie-torgovley/>. — Дата доступа: 02.12.2018.

**Е.А. Юркевич**  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — С.Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент*

## **ВЫСТАВОЧНАЯ И ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Выставочно-ярмарочная деятельность в Республике Беларусь начала интенсивно развиваться в начале 90-х гг. XX в. В настоящее время в стране, главным образом в Минске, на регулярной основе проводятся десятки международных специализированных выставок, охватывающих практически все секторы экономики и потребительского рынка Республики Беларусь.

Сегодня выставки и ярмарки обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, а также приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней. Выставки являются связующим звеном между

внутренним и международными рынками, а также способствуют привлечению иностранных инвестиций для реализации инвестиционных проектов белорусских организаций [1].

Подготовкой и проведением выставочно-ярмарочных мероприятий в Беларуси занимаются отделения Белорусской торгово-промышленной палаты, национальный выставочный центр «БелЭкспо», ЗАО «Техника и коммуникации», ЗАО «МинскЭкспо», выставочное предприятие «Экспофорум», ООО «Экспосистемс», выставочная компания «ЭкспоСтатус» [2].

В настоящее время на сайте антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь находится календарь иностранных, международных и республиканских выставок, организуемых в Республике Беларусь в 2018 г.

На территории Республики Беларусь выставки и ярмарки проводятся по таким актуальным темам, как медицина, банковские системы, энергетика, экология, торговое и офисное оборудование, товары народного потребления.

К основным проблемам выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь можно отнести следующие:

- несовершенство законодательства в выставочно-ярмарочной сфере;
- отсутствие концепции и конкретных государственных механизмов по поддержке и регулированию выставочно-ярмарочной деятельности;
- отсутствие практической методики оценки эффективности выставок;
- неразвитость выставочной инфраструктуры [3].

Выставки и ярмарки проводятся в крупных торговых центрах и спортивных комплексах: ТРЦ «Галерея Минск», культурно-спортивном комплексе «Минск-Арена», спортивный комплекс «Чижовка-Арена», стадион «Динамо» и др. На сегодняшний день в Республике Беларусь отсутствуют должные сооружения для проведения выставок и ярмарок.

Таким образом, государство играет важнейшую роль в продвижении выставочной индустрии. Различные государственные комитеты предоставляют поддержку и выполняют связующую функцию, нацеленную на улучшение качества выставочной индустрии Республики Беларусь. Исследования показывают, что выставочная индустрия выполняет ряд экономических и социальных функций, способствуя совершенствованию внешнеэкономической деятельности предприятий.

### Источники

1. Михолап, С. Место выставок в системе маркетинга экспортной продукции: современная концепция выставочной и ярмарочной деятельности / С. Михолап // Маркетинг. Идеи и технологии. — 2011. — № 2. — С. 71–74.
2. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mart.gov.by/sites/mart/home.html>. — Дата доступа: 23.11.2018.

3. Лобода, В.А. Пути повышения результативности выставочной деятельности научных и научно-производственных организаций Республики Беларусь [Электронный ресурс] / В.А. Лобода // БелИСА. — Режим доступа: [http://belisa.org.by/ru/izd/stnewsmag/1\\_2007/art10\\_5\\_2007.html](http://belisa.org.by/ru/izd/stnewsmag/1_2007/art10_5_2007.html). — Дата доступа: 21.11.2018.

**А.А. Ясинская, М.И. Роль**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — А.И. Ярцев, канд. экон. наук, доцент*

## **БРЕНДИНГ И ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Среди знаменитых брендов Беларуси — машиностроительные гиганты и крупные производители техники, современные химические предприятия и инновационные IT-компании с мировым именем, популярные марки одежды и обуви, качественные продуктовые бренды.

Самыми популярными белорусскими брендами являются:

1) БелАЗ (разработано более 500 модификаций и выпущено свыше 135 тыс. огромных машин, которые работают в разных точках планеты);

2) «Беларуськалий» (выпускает седьмую часть мирового объема калийных удобрений, экспортируя продукцию в более чем 70 стран);

3) МТЗ (входит в восьмерку ведущих предприятий по выпуску колесных тракторов, производя около 8–10 % мирового рынка);

4) «Нафтан» (выпускает более 80 наименований продуктов нефтепереработки, свыше 60 % продукции экспортируется за рубеж);

5) «Атлант» (надежная, удобная, энергоэкономичная техника для кухни белорусского бренда поставляется в страны СНГ, ЕС, Австралию);

6) Парк высоких технологий (более 160 резидентов, среди которых европейские и мировые лидеры: EPAM Systems, разработчик MMO-игры «Мир танков», «Гейм Стрим» (центр разработки Wargaming), IBA IT Park, Itransition, Viber Media);

7) Milavitsa (свыше 550 фирменных магазинов в более чем 25 странах мира);

8) «Санта Бремор» (более 500 наименований изделий, поставка осуществляется в более чем 15 стран мира);

9) «Коммунарка» (ежегодно «Коммунарка» выпускает до 25 тыс. т сладостей более 200 наименований);

10) «Бабушкина крынка» (в сутки предприятия этого холдинга могут переработать до 1700 тонн молока, выпускается более 300 наименований продуктов под несколькими торговыми марками) [1].