

использовании в различных отраслях. Упаковка полимерной лентой обеспечивает оптимальную сохранность груза при перевозке, погрузке-разгрузке и хранении. По желанию возможно нанесение логотипа и реквизитов предприятия. Полиэстеровые (ПЭТ) и полипропиленовые (ПП) ленты весят как минимум в четыре раза меньше стальных лент. ПЭТ- и ПП-ленты являются более экологичным промышленным продуктом.

Таким образом, рынок упаковочной ленты является молодым и перспективным ввиду реализуемых на нем товаров, и для занятия успешных конкурентных позиций на нем его субъектам следует расширять производственные мощности, ассортимент выпускаемой продукции, развивать сбытовую и сервисную сети в крупных городах республики, основываясь на принципах маркетинга.

*Н.А. Улезко*

БГЭУ (Минск)

## **РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ И КОНЦЕПЦИИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА НА ОПТОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Мерчандайзинг — комплекс мероприятий, основывающихся на законах запаса, расположенности и представления, позволяющий сформировать положительный имидж предприятия-производителя; увеличить прибыль поставщика; интенсифицировать и контролировать объем реализации продукции в торговой точке; привлечь внимание покупателей к товару-новинке, марке либо упаковке за счет предоставления своевременной и наиболее полной информации; интенсифицировать работу торгового персонала, в процессе его обучения и последующего периодического контроля.

На рынке Республики Беларусь мерчандайзинг появился вместе с мультинациональными корпорациями — “Кока-кола”, “Пепси-кола” и “Филипп Моррис”.

На белорусском рынке технологии мерчандайзинга будут внедряться и повсеместно использоваться еще долгое время. Это объясняется следующими причинами: незрелость законодательной базы; отсутствие условий в работе торговой сети; отсутствие опыта у торгового персонала; манипуляции торговой сети; недостаток специалистов; значительная стоимость западных технологий; невозможность применения некоторых технологий мерчандайзинга на постсоветском пространстве.

Исследования и анализ, реализуемой на оптовых предприятиях, концепции и принципов мерчандайзинга, выявили следующий перечень проблем:

- 1) отсутствие разработанной и утвержденной должностной инструкции мерчандайзера;
- 2) недостаточная автоматизация деятельности мерчандайзера;
- 3) отсутствие отчетов как одного из инструментов контроля над деятельностью отдела со стороны руководства;
- 4) необоснованный выбор клиентов, которым предоставляются услуги мерчандайзера;
- 5) отсутствие стандартов для проведения акций и дегустаций;
- 6) отсутствие соответствующей системы мотивации мерчандайзеров.

Возможные пути решения проблем:

1. Автоматизация деятельности отдела продаж продуктов питания оптового предприятия за счет использования мобильного решения, разработанного компанией "DigSee Ltd" — "MOBILESOP" ("Мобильный заказ").
2. Разработка должностной инструкции и четкое обозначение должностных обязанностей мерчандайзера на оптовом предприятии.
3. Внесение корректив в организационную структуру отдела сбыта продукции:
4. Формирование и обоснование систем мотивации мерчандайзера и менеджеров по продажам на оптовом предприятии.

BSEU Belarus State Economic University. Library.  
<http://www.bseu.by>      [elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)