

**Полученные научные результаты.** При обработке воды методом озонирования снижается ее поглощение в ультрафиолетовой области, что свидетельствует о изменении химического состава органических веществ.

В ходе исследования ХПК исходной и обработанной воды наблюдалось прямо пропорциональное снижение окисляемости воды эквивалентное введенной дозы озона, что говорит о взаимодействии озона с органическими веществами по механизму присоединения. Именно по такому механизму озон взаимодействует с веществами, которые могут придавать воде посторонний привкус и запах.

Закономерности, приводимые выше, подтверждаются выполненными органолептическими исследованиями, т.е. с увеличением дозы озона вкус и запах улучшался.

**Практическое применение научных результатов.** Выполненные исследования позволяют сделать выводы о том, что озонирование способствует улучшению органолептические показателей питьевой воды.

## ПРОДВИЖЕНИЕ ГЕРОНТОМАРКЕТИНГА

*ЦИПОШУК К. В. (студентка 1 курс)*

**Проблематика.** Старение населения оказывает влияние на целый ряд экономических категорий. Старение населения затрагивает также рынок труда и здравоохранение, влияет на такие показатели, как состав семьи и условия жизни, переход богатства и собственности от одних поколений к другим, проживание и миграцию.

**Цель работы.** Изучить мировые демографические тенденции, тенденции развития потребительского рынка, определения и концепции геронтомаркетинга, сегментацию рынка геронтопотребителей. Предложение и поиск путей внедрения социального маркетинга в геронтомаркетинг. Определить маркетинговые коммуникации геронтопотребителей.

**Объект исследования.** Сегмент рынка товаров и услуг для потребителей в возрасте старше 55 лет, образ жизни населения старшего возраста.

**Использованные методики.** Анализ, синтез, обобщение, системный подход, теоретический метод, факторный анализ.

**Научная новизна.** В работе определены изменения на рынках, вызванные демографическим переходом. Выявлено, что целевой аудиторией социального геронтомаркетинга в сфере здравоохранения являются представители всех возрастных групп, спрогнозированы демографические тенденции.

**Полученные научные результаты и выводы.** Демографическая ситуация во всем мире свидетельствует о возрастании количества людей старшего возраста в структуре населения стран Европы и Североамериканского континента. Это приводит к необходимости пересмотра, апробации и внедрения новых направлений и форм построения взаимозаменяемых отношений на принципах маркетинга взаимодействия с целевым сегментом потребителей в возрасте

старше 55 лет. В ближайшие годы мировую экономику ждут радикальные перемены. У производителей будет два варианта – переориентироваться на вкусы пожилых людей или делать ставку на молодых потребителей из развивающихся стран. При этом покупатели старшего возраста, в современном мире являются наиболее социально активной частью населения с более высокой финансовой мобильностью. Новое направление экономической науки – геронтомаркетинг нацелен на поиск, формирование, развитие специфической ниши рынка, которая будет обеспечивать спрос на потребительские товары покупателей, возраст которых лежит от 55 лет и выше. Он стимулирует производство и распределение товаров и услуг для пожилых и стареющих людей, разработку маркетинговых концепций и стратегий продвижения геронтологических товаров и услуг на потребительский рынок.

**Практическое применение полученных результатов.** Ориентация производителей на пожилых потребителей, позволит разрешить вопросы организации эффективных маркетинговых коммуникаций с учетом специфики возрастной группы, адаптировать параметры товаров и сервиса к их индивидуальным запросам, разработать программы по возобновлению спроса и лояльности у пожилых клиентов.

## ПЛАТФОРМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

*ЦУПА О. В., ОСТАПУК Т. Н. (студентки 3 курса)*

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование практического применения электронных платформ в области логистики Республики с целью установления перспектив их развития.

**Цель работы.** Изучение и анализ перспектив развития электронных платформ в логистике Республики Беларусь.

**Объект исследования.** Транспортные, экспедиторские, логистические организации Республики Беларусь.

**Использованные методики.** Анализ, прогнозирование, планирование, организационно-экономические методы.

**Сравнительный анализ.** Проведение практического анализа электронных платформ в логистике Республики Беларусь позволяет оценить сложившуюся ситуацию их применения в организациях и выделить перспективы их развития.

**Полученные научные результаты и выводы.** Внедрение электронных платформ в нашей стране, подобно высокоразвитым странам мира, даёт шанс выйти на глобальный уровень развития IT технологий. Основной эффект формирования транслогистической платформы связан со снижением транзакционных издержек: поддерживаемые стандарты позволят снизить издержки торгов и взаимодействия по сети. При взаимодействии на базе транслогистической платформы возможно получить мощный синергетический эффект за счет координации управления.