

стических процессов грузоперевозок и поставок товаров между всеми участниками логистической системы (клиентами, поставщиками и посредниками).

В этой связи возникает необходимость создания интегрирующей структуры, основной задачей которой является сбор информации о ресурсах, технологиях и возможностях рынка логистических услуг и разработка современных решений для цепей поставок.

Согласно предполагаемой задаче такой организацией должен стать 4PL-провайдер. В сферу интересов такой компании должны входить: мониторинг грузопотоков и рынка выполнения заказов; разработка стратегических направлений деятельности логистической системы и путей их реализации; разработка конфигурации и управление цепями логистической системы; координация деятельности логистических операторов более низкого класса; планирование оптимальных логистических систем грузоперевозок, в том числе с использованием различных видов транспорта; разработка логистической цепи для конкретного грузопотока (груза) и ее реализация; внедрение единых информационных технологий; управление финансами системы; контроль и управление качеством услуг.

Важно не упустить время, а используя географическое положение и технический потенциал страны создать конкурентоспособную систему логистических операторов.

УДК 164.07

Студ. О.Н. Пекарь, А.А. Анкудович

Науч. рук. асс. Ю.Н. Андросик

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛЕЙ ВОЗВРАТНОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРИМЕРЕ РБ

В настоящее время возрастает большая угроза окружающей среде, все более актуальными становятся проблемы, связанные с неэффективностью сортирования, переработки и использования отходов. В РБ чуть более 10% бытового мусора используется повторно, в то время как в странах ЕС почти 90% отходов используется повторно. Поэтому сегодня в РБ следует создать крепкую основу для сбора и переработки сырья: основать тенденцию для применения многооборотного использования упаковки, а то, что не многооборотное, будет подлежать использованию в качестве вторичных материальных ресурсов. Таким образом, в РБ следует внедрить одно из направлений логистики, такое как возвратная логистика [1].

Возвратная логистика – это управление потоками сырья, незавершенного производства, упаковки и готовой продукции, идущими от точек

производства, распределения и конечного использования обратно по цепи поставок, с целью возврата им потребительских свойств или уничтожения при оптимальных издержках. Цель возвратной логистики – обеспечение экологически и экономически эффективного повторного использования отходов продукции, тары в производственном цикле. Объект возвратной логистики выступает совокупность материальных и информационных потоков, движущихся обратном направлении их нормальному прохождению. Предмет возвратной логистики - организационно-экономические отношения, возникающие в процессе обратного движения материальных и информационных потоков между участниками логистической системы.

В настоящее время существует ряд экономико-математических моделей возвратных потоков. Данные модели предназначены для решения проблем дислокации звеньев логистической сети возвратных потоков, управления запасами возвратных потоков, транспортировки и маршрутизации ВТП, их грузопереработки и хранения:

- Модель управления возвратными потоками отходов;
- Модели управления неликвидными и «восстановленными» товарами;
- Модели ремонта изделий;
- Менеджмент восстановления потребительских свойств;
- Базовая модель логистической сети возвратных потоков [2].

Актуальность вопроса о применении данных моделей обусловлена, на примере, показателями в потребности вторичных ресурсов (макулатуры, стеклобоя) у ведущих предприятий РБ. Также примером внедрения данных моделей может служить предприятие РБ «Экорос». На данном предприятии есть сортировочные линии, туда поступают отходы из желтых контейнеров. В дальнейшем все вручную сортируется, прессуется, тюкуется и продается на белорусские предприятия, где из этого снова делают изделия.

Подводя итог по вышесказанному, стоит отметить, что для эффективного использования моделей возвратной логистики, прежде всего, по оценкам экспертов, необходимо следующее:

1) Следует получить в Минэкологии лицензию на право заниматься сбором и переработкой твердых бытовых отходов.

2) Минимальный комплект оборудования для оснащения перерабатывающего цеха включает: сортировочную линию, дробилку, накопительный бункер, пресс, магнит и пр.

3) Особенностью мусороперерабатывающего производства является ручной труд так, как все операции происходят в ручную. Поэтому даже небольшому предприятию понадобится около 40 человек персонала.

4) Нужна также площадь производственного помещения под перерабатывающий цех. Помещение лучше всего искать на городской окраине, недалеко от свалки, или в промышленной зоне города. Организовывать свой автопарк, чтобы вывозить сырье с полигонов, необязательно. Можно договориться о сотрудничестве либо с компанией по грузоперевозкам, с коммунальными (частными) предприятиями, занимающимися вывозом отходов.

Таким образом, развитие перерабатывающего направления в РБ является привлекательным для инвестиций: конкурентная среда вполне благоприятная, мусороперерабатывающих компаний немного, самого мусора - находится в достаточных количествах. Если раньше говорили - «это время ресурсосбережения», то теперь – «это время ресурсовосстанавливающих технологий». Поэтому нет понятия «мусор». Это вторичные отходы. В этом направлении следует развиваться, создавать такие технологии, которые позволяли бы возвращать ресурсы в сферу человеческой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1 Тароупаковочный портал Беларуси [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://upack.by/stati/124.html>. – Дата доступа: 15.09.2016.

2 Терентьев, П. А. Классификация и модели логистики возвратных потоков/ П. А. Терентьев // Логистика потоков. – 2010 г. – №04 – С. 1–10

УДК 339.138

Студ. Е.И.Редько
Науч. рук. ст.преп. Д.А. Жук
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА «ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ» В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Качество обслуживания клиентов – один из наиболее существенных факторов конкурентоспособности предприятий сферы услуг и торговли. Высокий уровень сервиса приводит к увеличению количества постоянных клиентов и формирует благоприятный имидж предприятия, что влечет за собой увеличение объемов продаж как в натуральном, так и в денежном выражении.

Можно выделить несколько способов оценки качества обслуживания: традиционные инспекции, проверки и рейды; опрос клиентов и покупателей; пробная покупка или метод «Тайный покупатель» (Таинственный покупатель, Mystery Shopping, Secret Shopper).