

УДК 339.138+658.8

Студ. В.С.Бутолина

Науч. рук. проф., д.э.н. И. В. Новикова

(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

## **ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОДО «ТУТ И ТАМ ЛОГИСТИКС» ПЕРЕД ЗАРУБЕЖНЫМИ КЛИЕНТАМИ КАК УСЛОВИЕ РОСТА КОМПАНИИ**

Логистическая компания – предприятие, которое обеспечивает продвижение товаров и ресурсов к потребителю от производителя. Главная задача логистической компании – оказать услуги по хранению, доставке, обработке товаров, грузов. Компания оказывает содействие в обмене товарами, ресурсами между предприятиями, управляет информационным потоком.

На сегодняшний день стандартный пакет логистических услуг включает в себя: ответственное хранение, предпродажную подготовку, кросс-докинг, доставку грузов по стране и дистрибуцию по городу.

Появление нового уровня в классификации компаний – логистических посредников – напрямую связано с тем, что менеджмент ведущих компаний хочет развивать свои конкурентные преимущества и оптимизировать затраты, связанные с управлением цепочкой поставок. Желание менеджмента компаний сконцентрироваться в области своей максимальной компетенции, желание переложить многофакторные риски на сторонние компании, потребность в максимально прогнозируемом размере входной цены товара приводят к тому, что оператор фактически становится владельцем всей логистической цепи своего клиента [8].

Позиционирование – это инструмент, используя который можно выйти на целевой рынок. Впервые теория позиционирования была выдвинута в 1979 г в работе Эла Раиса и Джека Траута «Позиционирование: битва за ваше сознание».

Основоположники теории позиционирования определяли его как «создание для товара определенной позиции среди конкурирующих товаров, своеобразной ниши, которая нашла бы отражение в иерархии ценностей, созданной в сознании потенциального покупателя. Разработка такого имиджа товара, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров-конкурентов» [9].

Именно в этот момент логистическая компания должна на основе стратегии позиционирования выделить себя и привлечь внимание потенциального клиента.

Логистический рынок в нашей стране еще слабо сегментирован и клиенты до сих пор могут не чувствовать разницы между логистической компанией, компанией перевозчиком и автобазой, размытие сегментации вводит клиента в заблуждение.

Разработанное позиционирование должно скомпилировать в себе основные атрибуты бренда.

Оказание логистических услуг провайдерами уровня 3PL и выше основывается на использовании аутсорсинговой логистической схемы.

Цель позиционирования на рынке логистических услуг – формирование убеждения у потребителей, что используемые ими услуги уникальны и необходимы для эффективного решения управленческих задач.

Задача концепции позиционирования на рынке логистических услуг – выявление или моделирование рациональных и эмоциональных преимуществ логистической услуги.

В дальнейшем утвержденная концепция позиционирования должна быть отправной «точкой» для разработки идей рекламных кампаний и принятия решений по продвижению логистических услуг.

ОДО «Тут и Там Логистикс» – провайдер комплексного логистического сервиса (3PL) на рынке Республики Беларусь.

Компания оказывает услуги хранения и доставки, обработки и учета товара, подготовки документации и обеспечивает полное информационное сопровождение услуг, основываясь в первую очередь на качестве.

Уникальность сервиса ОДО «Тут и Там Логистикс» на рынке логистических услуг Беларуси заключается в: самой широкой сети доставки на территории Республики Беларусь; скорости доставки заказа 24 часа; возможности хранения и доставки продукции, требующей определенных границ температурного режима; возможности интеграции информационных систем компании с системами внешних клиентов.

Компания работает по всей Беларуси, образовав, помимо Минска, 9 региональных филиалов в Бресте, Барановичах, Витебске, Гомеле, Гродно, Могилеве, Мозыре, Пинске, Полоцке.

Анализ производственно-хозяйственной деятельности ОДО «Тут и Там Логистикс» позволил определить недостатки, не позволяющие компании удерживать лидирующие позиции на рынке логистических услуг в стране на протяжении всего времени своего функционирования.

Главным критерием развития ОДО «Тут и Там Логистикс» является: улучшение качества обслуживания клиентов компании; увеличение парка собственного подвижного состава и скорости доставки; снижение стоимости услуг.

Произведенный анализ позволил выделить направления позиционирования, через которые компания будет осуществлять свою деятельность на рынке логистических услуг и определить средства, через которые будет происходить формирование убеждения у потребителей, что используемые ими услуги уникальны.

УДК 502.175:005(100)

Студ. К.А. Михалькевич

Науч. рук. д.э.н., проф. А. В. Неверов

(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

## **ОЦЕНОЧНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИЗМЕНЕНИЯ КАЧЕСТВА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ТРАНСГРАНИЧНЫХ ПЕРЕНОСОВ ЗАГРЯЗНЕНИЙ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Проблема загрязнения атмосферы особенно обострилась во второй половине XX в. и в начале текущего столетия в результате чрезвычайно высоких темпов роста промышленного производства, потребления электроэнергии, транспортных средств. Производственное загрязнение образуется в результате деятельности промышленных, сельскохозяйственных, строительных предприятий и при работе различных видов транспорта, особенно автомобильного.

Атмосферный воздух представляет собой механическую смесь азота, кислорода, углекислого газа, аргона и других газов. Именно такой газовый состав атмосферы является наиболее благоприятным для человека. Внесение в воздушную среду каких-либо новых веществ называется загрязнением.

Трансграничные переносы загрязнений – это распространение загрязняющих веществ с воздушными потоками на большие расстояния – за пределы границ государств, на территории которых находятся источники загрязнения.

На международном уровне вопросы трансграничных эмиссий вредных веществ регулируются следующими документами:

- Женевской конвенцией;
- Стокгольмской конвенцией о СОЗ;