

плюсом сотрудничества с блогерами – многообразие форматов для сотрудничества, товар или услуга могут быть презентованы в виде публикации рекомендательного характера, могут быть разыграны в конкурсе, размещены в stories и т. д. Примечательно, что от выбранного заказчиком формата будет зависеть стоимость рекламы у блогеров.

В заключение хочется отметить, что сегодняшний рынок социальных медиасетей становится всё более востребованным и конкурентным. Благодаря существующим медиасетям можно быстро сделать продукт или услугу той или иной компании более продаваемой. Основанием к этому может служить то, что пользователи социальных сетей сами определяют, что им нравится, и делятся друг с другом той информацией, которая им же самим интересна. Такая доступность привела к появлению огромного количества однообразных ресурсов, что, соответственно, девальвирует ценность большинства из них.

ЛИТЕРАТУРА

1. Реклама в современных социальных сетях. [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://www.radnews.ru/реклама-в-современных-социальных-сет/>. – Дата доступа: 12.03.2019.
2. Рекламные возможности современных социальных медиасетей. [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://www.strategplann.ru/stati-po-marketingu/reklamnye-vozmozhnosti-sovremennyh-sotsialnyh-mediasetej.html>. – Дата доступа: 12.03.2019.
3. Рекламные возможности социальных сетей. [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://blog.concol.ru/social-media-marketing-reklamnye-vozmozhnosti-sotsialnyih-setey/>. – Дата доступа: 12.03.2019.
4. Реклама в социальных медиасетях. [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://evorate.ru/uslugi/reklama-v-sotsialnyh-media-sotsetyah/>. – Дата доступа: 12.03.2019.

УДК 339.138

Студ. А.А.Иванова, Ю.Г.Драница
Науч. рук. ст. преп. Ю.Н.Андросик
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ЭКОЛОГИСТИКА

21 век – время развития технологий, развитой торговли, быстрого темпа жизни. Кроме того это время, когда перед обществом стоит актуальный вопрос защиты окружающей среды. Данная проблема яв-

ляется существенной не только для общества, но и для бизнеса. Не исключением является и направление маркетинга – логистика.

Современная экономика должна соответствовать запросам потребителей, главным из которых является здоровье человека и безопасность окружающей среды. Логистика должна быть нацелена на улучшение экологии, продвижение безопасной продукции и улучшение условий занятости работников организаций. Экология в логистике подразумевает сведение к минимуму отрицательного воздействия логистических процессов на окружающую среду в результате движения материальных потоков. 60% загрязнений атмосферы приходится на транспортные средства, которые являются основной материальной базой производственных связей между участками логистической цепи.

Экологическая логистика – меры, которые обеспечивают движение материалов при осуществлении любых производственных процессов вплоть до их превращения в товар и отходы производства с последующим доведением до утилизации или до безопасного хранения в окружающей среде [1].

К основным принципам экологической логистики относятся:

1. экологически чистые технологии, транспортировка и хранение с целью обеспечения безопасности здоровья работников, потребителей и окружающих, а также сохранности природной среды и животного мира;

2. использование безвредных для людей материалов, которые могут в дальнейшем подлежать экологически чистой утилизации;

3. минимизация отходов производства, тары и упаковки;

4. использовать в производственном цикле природную энергию для минимизации загрязнения окружающей среды (энергия солнца, воды, ветра, использование климатических особенностей региона);

Экологическая логистика позволяет радикально очищать большие территории, загрязненные мусором. Возврат и утилизация отходов во многом решают экологические проблемы, так как отходы отравляют почву и воду, развеиваясь и переходя в воздушные массы, превращаясь в одну из актуальных проблем современности, которую по силам решить экологической логистике [5].

Поэтому основными объектами, на которые направлена экологистика, являются: отходы (промышленные, отходы определенной продукции, возвратные отходы, твёрдые и жидкие бытовые отходы) и загрязнения (микробиологические, биологические, химические, аэрозольные, механические, визуальные и физические).

Для того, чтобы выявить необходимость проведения экологистики, следует исходить из следующих этапов:

1. выявления экологических угроз;
2. оценки рисков их осуществления;
3. прогноза последствий угроз;
4. разработки организационных и иных мероприятий;
5. учёта издержек по экологическому обеспечению логистических операций.

Актуальность решения проблем, связанных с вопросами экологии у нас в стране очевидна. В настоящее время в Беларуси экологическая логистика только начинает набирать обороты, когда в западных странах уже давно и успешно используется на благо обществу. Ежегодно в Беларуси образуется свыше 1400 наименований отходов с широким спектром химических свойств. Поэтому в первую очередь экологическая деятельность логистики должна быть направлена на утилизацию отходов.

Так как транспорт- это основной источник загрязнения окружающей среды, по этой причине многие организации стараются сделать его как можно безопаснее и экологичнее. Эту тенденцию можно рассмотреть на примере транспортно - логистической компании DPD, которая производит и продвигает на белорусский рынок модель грузового электромобиля Smith Newton, созданного в Великобритании. Компания DPD в Беларуси - это эксперт и надёжный партнёр по экспресс-доставке и перевозке грузов по всей Беларуси, которая ведёт ответственный бизнес для общества, поддерживает и развивает инициативы, связанные с защитой окружающей среды. DPD в Беларуси планирует использовать грузовой электромобиль Smith Newton в Минске. Основным преимуществом данного транспортного средства является то, что он не производит вредных выбросов в атмосферу.

«Зеленый транспорт 21 века» – так уже прозвали электробус. Он не требует подключения к линии электропередач. Питается «зеленый транспорт» от специальных батареек. Такой накопитель заряжается на конечных остановках. Также преимуществом электробуса является его мобильность. В отличие от троллейбуса, для движения электробуса не требуется контактной сети, а значит, он способен объезжать препятствия на дороге и не создаст пробку из-за обрыва проводов, что нередко случается с троллейбусами [3].

Таким образом, внедрение экологистики обладает высокой значимостью и актуальностью. В настоящее время намечается тенденция к развитию этого направления, так как логистика является востребованной в настоящее время в нашей стране и за рубежом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григорьев М.Н. Логистика. Базовый курс: учебник для бакалавров / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров: Изд-во Юрайт 2012. – 826с.
2. Омельченко И.Н. Основные направления развития логистики 21 века: ресурсоснабжение, энергетика и экология / И.Н. Омельченко, А.А. Александров, А.Е. Бром, О.В. Белова // МГТУ им. Н.Э. Баумана от 18.10.2013.
3. DPD в Беларуси: перевозки становятся экологичными [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logistics.ru>.

УДК 339.138

Студ. Л.С.Коваленко

Науч. рук. ст.преп. Ю.Н.Андросик

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

**РАЗВИТИЕ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ
В БЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Зеленая экономика в Беларуси – это такое управление хозяйством дома, страны, которая примеряет экономический рост, социальное благополучие с охраной окружающей среды и нашего здоровья.

Отрицательное воздействие человечества на окружающий мир велико. Земля все больше терпит натиски промышленного прогресса и хозяйственной деятельности человека.

Человечество все больше загрязняет воздух, воду, почву и безмерно потребляет природные ресурсы. Мы потребляем больше, чем производим. Нужно сократить не только потребление энергии, но и воды, минералов и всех остальных природных ресурсов.

Мы как гражданин и потребитель можем сделать многое для нашей страны. Отключая электроприборы, мы экономим до 100 кВт/ч в месяц; отказавшись от автомобиля, мы уменьшаем CO₂ на 9 кг в день; собирая макулатуру позволяет сохранить 12000 га леса в год.; ветрогенераторы способны вырабатывать до 7 % электроэнергии.

Рациональное использование энергии и природных ресурсов, бережное отношение к окружающей среде, экологически безопасные технологии и товары ведут к росту благосостояния.

Мы должны своими пожеланиями и выбором делать так, чтобы оказывать экологические услуги, или производить экологические товары стало выгодно.

Нужно делать постоянные шаги к сохранению природных ресурсов. Мероприятия, которые ведутся по улучшению экологии: