

ответствие содержания и формата (плакат, слайд, ролик, листовка и т.д)), «соответствие количества выставленных информационных материалов», «наглядность» (доходчивость) подачи информации материалов) с коэффициентом конкордации, равным 68 %, более успешным и привлекательным считается стенд компании Velcom.

Для проведения корреляционного анализа в качестве зависимого фактора, который наиболее полно отражает результативность участия в выставке, был выбран показатель «выручка», а в качестве независимых факторов выступили «расходы на участие в выставке», «доля рынка», «число абонентов», «инфляция», «ставка рефинансирования». Были рассчитаны коэффициенты парной корреляции для каждого критерия. Также результаты анализа указали на коллинеарность факторов «расходы на участие в выставке» и «доля рынка» (коэффициент парной корреляции составил 0,62), что говорит о тесной связи между независимыми переменными. Дальнейшие исследования (расчет коэффициентов Фехнера и Спирмена) показали, что фактор «расходы на участие в выставке» сильнее влияет на зависимую переменную, чем фактор «доля рынка». Таким образом, корреляционный анализ показал, что на выручку компаний в наибольшей степени влияет показатель «расходы на участие в выставке». С позиции экономического анализа данный результат является наиболее оправданным, поскольку прямая взаимосвязь затрат и экономического эффекта является его основой.

Таким образом, результативность участия в выставке следует анализировать комплексно методами экспертных оценок и экономико-математическими методами, в частности при помощи корреляционно-регрессионного анализа.

М.Г. Вольская
Е.И. Зенович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.В. Тарелко

ЛОГИСТИКА И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ

Мы живем в мире ограниченных ресурсов, когда потребительские взгляды человека на природу наносят вред окружающей среде и могут привести в будущем к масштабным экологическим катастрофам. В каждой сфере своей деятельности человечество должно придерживаться экологических аспектов, чтобы минимизировать негативное влияние на окружающую среду, и логистика не является исключением. Поэтому актуальным является рассмотрение и предложение основных путей уменьшения вреда, наносимого окружающей среде при осуществлении логистической деятельности.

Выделим следующие негативные факторы воздействия логистики на окружающую среду: разрушение экосистем вследствие строительства объектов логистической инфраструктуры, загрязнение воздуха, воды и почвы вредными выбросами, а также пылевое, шумовое, вибрационное воздействие транспортных средств. Чтобы снизить воздействие данных факторов, целесообразно внедрять принципы «зеленой логистики», которая преследует цели минимизации вредных воздействий на окружающую среду, сокращения или полностью исключая потребление невозобновляемых ресурсов [1, с. 8].

Отметим, что аспекты экологии важно учитывать на всех стадиях функционирования цепи поставок. Так, на стадии закупочной логистики следует отдавать предпочтение поставщикам сырья, которые стараются минимизировать или компенсировать вред, наносимый природе при осуществлении добывающей деятельности. При экологизации производственной логистики важно соблюдать требования экологической стандартизации, использовать современные ресурсосберегающие или безотходные технологии производства. Учитывая экологические аспекты в распределительной логистике, необходимо оптимизировать каналы поставок, исключая потери, имеющие место, например, из-за нерационального использования подвижного состава и неэффективно разработанных маршрутов доставки. Целесообразно также избавиться от чрезмерной упаковки, отдавая предпочтение вторично перерабатываемой или биоразлагаемой упаковке. Совершенствование складской инфраструктуры заключается в переходе на тепло- и энергосберегающие технологии при функционировании складских помещений и использовании многоразовой тары (паллетов, контейнеров). Очень важна экологизация транспортной логистики путем перехода на современные экологичные транспортные средства, увеличения доли использования железнодорожных, водных и мультимодальных перевозок, использования двухъярусных прицепов-контейнеров и в целом стремления к максимальной загрузке транспортных средств. Экологическая оптимизация информационной логистики достигается ведением экологического мониторинга и отказом от бумажного документооборота, т.е. переходом на электронные системы передачи данных. Следует заметить, что максимальный эффект ресурсосбережения логистика позволяет получить при использовании «интегральной парадигмы», т.е. за счет эффективного функционирования каждого элемента системы во взаимосвязи с другими элементами [2, с. 157].

Безусловно, необходимость решения экологических проблем вносит свои коррективы во все направления хозяйственной деятельности, включая логистику. Рациональная организация цепей поставок и экологизация логистики позволяют улучшить экологическую ситуацию в мире. Логистика и экология тесно взаимосвязаны, и их совместное действие поможет сохранить богатство нашей Земли для будущих поколений.

Литература

1. Экологистика: экономика + экология / О. Вержбицкий [и др.] // Дистрибуция и логистика. — 2012. — № 10. — С. 8–11.
2. *Афанасенко И. Д.* Логистика снабжения : учеб. для вузов / И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. — СПб. : Питер, 2010. — 336 с.

А.С. Воробьева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.И. Карлеко

ОПТИМАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОДУКЦИИ

В условиях нестабильной экономики нахождение и реализация оптимальных маркетинговых решений относительно производственной программы для предприятия существенно осложняются, поскольку разработчикам необходимо учитывать множество критериев и условий, диктуемых рынком и производством. Реальными посылками для планирования производственной программы на ближайший плановый период являются производственная мощность предприятия и портфель заказов на выпускаемую им продукцию [1, с. 138].

Нами предпринята попытка применить методы линейного программирования для разработки оптимальной производственной программы ОАО «Минский маргариновый завод» — предприятия масложировой отрасли с более чем полувековой историей и сложившимися традициями качества.

Анализ показателей рентабельности затрат и продаж за 2013–2014 гг. показал, что они хоть и имеют положительные значения, но существенно снижаются в последние годы. Проведенное исследование показало, что поиск оптимальных решений и принятие соответствующих мер по осуществлению этих решений может дать положительный результат.

На первом этапе была смоделирована ситуация, при которой в качестве лимитирующих факторов выступали только внутренние ограничители деятельности предприятия: сырьевые ресурсы, теплоэнергия, вода, электроэнергия и оплата труда производственных рабочих. Полученная производственная программа при заданных условиях включает в себя только 3 ассортиментные позиции: соус «1000 островов», маргарин «Молочный» и масло подсолнечное. Однако принятие такой производственной программы связано с риском потери покупателей тех товаров, которые не вошли в план, оптимальный с точки зрения внутренних возможностей организации. Безусловно, что предприятие заинтересовано в сохранении всего контингента своих традиционных и новых покупателей. Поэтому была проведена работа по