

между редкими закупками большими партиями или частыми закупками, но в малых объемах. В последнее время чаще стали проводиться ярмарки и выставки поставщиков, что дает дополнительные возможности предприятию путем личных контактов и изучения каталогов и буклетов, принять правильное решение. Использование любого из вышеописанных методов не дает полной гарантии того, что выбранный на его основе поставщик окажется именно тем партнером, который нужен предприятию.

Во-первых, часть методов предполагает субъективный выбор критериев оценки, весомости коэффициентов или представлений о ходе и результатах закупочной деятельности отдельными экспертами. В результате получают обобщенные показатели, которые дают поверхностное представление о преимуществах конкретного поставщика [2].

Во-вторых, как правило, на предприятиях выбором поставщиков занимается единолично тот сотрудник, который отвечает за закупки. Его решения всегда будут носить интуитивный характер, который основан на понимании им хода производственно-сбытовой деятельности. Если у предприятия уже сложились долговременные отношения с определенными поставщиками, то, в большинстве случаев, вопросами поиска более перспективных партнеров заниматься на таких предприятиях не будут. Из-за приверженности к устоявшимся методам организации закупок, могут быть упущены определенные возможности и перспективы.

Заключение. Применение стратегий логистики в вопросах выбора поставщика позволит повысить эффективность закупочной деятельности, конкурентоспособность предприятия и обеспечит ему путь к успеху.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лукинский, В. С. Логистика и управление цепями поставок: учебник и практикум / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н.Г. Плетнева. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 359 с.
2. Сергеев, В. И. Логистика снабжения / В. И. Сергеев, И. П. Ильяшевич. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 384 с.
3. Щербаков, В. В. Логистика и управление цепями поставок / В. В. Щербаков. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 582 с.

УДК 330.34

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ДИГИТАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

*Е. А. Готовцева, аспирант ФММП БНТУ,
научный руководитель – доктор экон. наук, доцент К. В. Якушенко*

Резюме – в научной работе обосновываются предпосылки и описываются особенности трансформации мирового рынка труда в условиях ди-

гитализации, цифровых преобразований и обеспечения экономической безопасности.

Summary – the scientific work substantiates the prerequisites and describes the features of the transformation of the global labor market in the context of digitalization, digital transformation and ensuring economic security.

Введение. Обеспечение экономической безопасности стратегического альянса в настоящее время является одним из основных вопросов, который учитывают все участники объединения. Трансформация рынка труда, в условиях инертности изменений макро- и микроэкономических факторов, оказывает прямое влияние на данный показатель [3].

Основная часть. На трансформацию рынка труда в условиях дигитализации экономических процессов при стратегическом маркетинговом альянсе непосредственное влияние оказывают сетевые экономические отношения, существующие в организациях, вступивших в данный вид кооперации [2]. Данный вид экономических отношений приобретает большую популярность на современном рынке. При этом, появляются объекты как формальных, так и неформальных взаимодействий, основанные на отношениях и опыте сложившимся в предыдущей интеграции. Сетевые экономические отношения в стратегическом альянсе формируют не только стиль общения внутри объединения, но и оказывают некоторое влияние на макроэкономические факторы. В современных условиях развития мировой экономики наблюдается усиление «эффекта домино», который приводит к её неравномерному восстановлению [1]. Это непосредственно оказывает влияние на экономическую безопасность участников альянса. Предпосылки трансформации мирового рынка труда представлены на рис. 1:

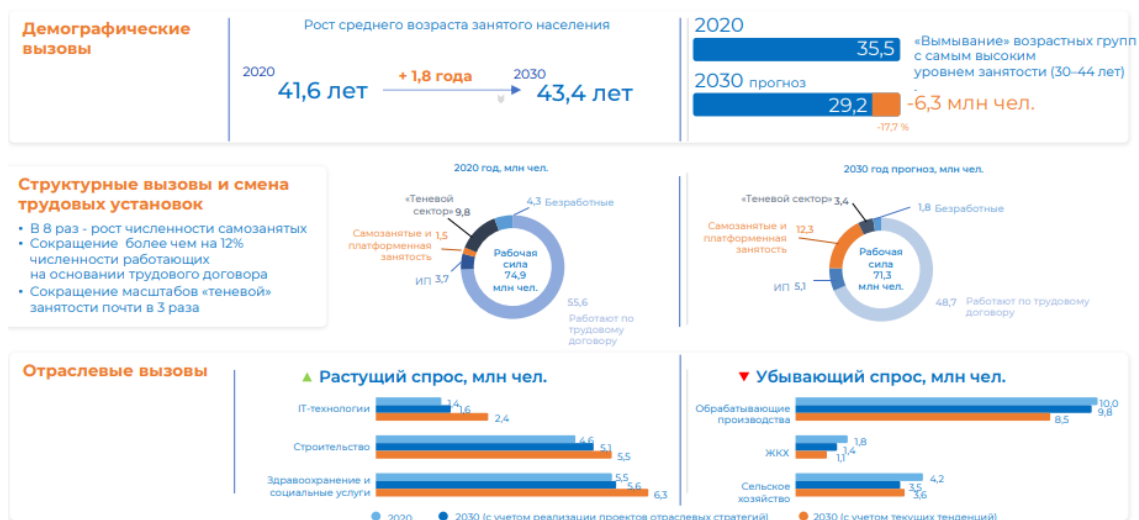


Рис. 1 – Предпосылки трансформации мирового рынка труда
 Источник: авторская разработка на основе [2]

На трансформацию мирового рынка труда также существенное влияние оказывают мероприятия по сдерживанию распространения пандемии. Появляется дефицит достойного труда. Спрос на долгосрочные трудовые отношения падает, появляется неформальная занятость, самозанятость, усиливается процесс шеринга. Данная особенность перестройки трудовых отношений приводит к аморфности организационной структуры альянса: у сотрудников появляются новые компетенции; возникают новые виды профессий; обязательным становится наличие цифровых навыков; количество сотрудников, задействованных в сфере онлайн, растет.

Заключение. Изменение рынка труда в условиях дигитализации экономических процессов позволяет сделать вывод о появлении следующей закономерности – рациональная организация стратегических альянсов претерпевает изменения и требует адаптации к новым реалиям, тем самым обосновывая появление альянсов, которые базируются на знаниях, информации, обучении, социальном диалоге, уменьшении рисков информационного стресса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Эффект домино или базовый сценарий – прогноз ОЭСР для глобальной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/effekt-domino-ili-bazovyi-stsenarii-prognoz-oesr-dlia-globalnoi-ekonomiki>. – Дата доступа 16.02.2022.
2. Якушенко, К.В. Информационно-экономическая безопасность ЕАЭС: факторы и риски под воздействием триггерных механизмов // Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. Ежегодник. Вып. 5. Ч. 1 / РАН. ИНИОН. Отд. науч. сотрудничества; Отв. ред. В.И. Герасимов. – М., 2022. – С. 578–583.
3. Готовцева, Е. А. Проблема централизации и децентрализации маркетинговых процессов при различных формах межфирменных объединений / Е. А. Готовцева // Научные труды РИВШ. – 2021. – № 20 (Ч.2). – С. 162–169

УДК 004.89

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОГНИТИВНОЙ СИСТЕМЫ IBM WATSON В МАРКЕТИНГЕ

*В. А. Дмитриева, студент группы 10504121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. техн. наук, доцент Б. А. Железко*

Резюме – в данной научной работе широко раскрывается понятие когнитивной системы – IBM Watson, ее возможностей, а также рассматриваются способы применения данной системы в маркетинге.

Resume – this article broadly reveals the concept of the cognitive system IBM Watson, its capabilities, and also discusses ways to use this system in marketing.