

решения главной экономической функцией государства в современной рыночной системе должно стать создание отечественному бизнесу предельно благоприятных условий для инновационного воспроизводства его капитала [5]. Реализация данной функции на практике может быть осуществлена в виде планомерного снижения (улучшения) предложенного нами показателя неблагоприятности внешней среды EUI до значений, характерных для стран с быстро развивающейся экономикой (не более 5%).

ЛИТЕРАТУРА

1. Короткевич, Л.М. Экономика предприятия промышленности / Л.М. Короткевич. – Минск: БНТУ, 2015. – 118 с.
2. Русак, Е.С. Экономика предприятия / Е.С. Русак, Е.И. Сапелкина. – Минск: Тетралит, 2014. – 144 с.
3. Байнев, В.Ф. Внешние факторы и условия инновационного развития предпринимательского сектора Республики Беларусь / В.Ф. Байнев, Ю.Ю. Рунков // Экономическая наука сегодня: сб. науч. статей / Белорус. нац. технич. ун-т; редкол.: С.Ю. Солодовников (пред. редкол.). – Минск: БНТУ, 2019. – Вып. 9. – С. 181-191.
4. Солодовников, С.Ю. Модернизация белорусской экономики: теоретические и прикладные аспекты: монография / С.Ю. Солодовников [и др.]. – Минск: Экоперспектива, 2013. – 324 с.
5. Байнев В.Ф. История экономики знаний: технико-технологический и политико-экономический анализ: монография / В.Ф. Байнев. – Минск: Право и экономика, 2020. – 158 с.

УДК 658.7.01

ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Г. Г. Березная, БрГТУ, г.Брест

Резюме – использование инноваций является необходимостью в процессе управления цепями поставок, особенно для поставщиков логистических услуг. Проблема инноваций в логистике все еще недооценивается и касается исследований в области продуктовых, технологических, маркетинговых и аллокационных инноваций. Это один из вариантов описания инноваций в логистике, определяющий их связь с цепью поставок. Основная цель статьи – обзор литературы по инновациям в логистике, на основе которой была показана организация инновационных решений в цепи поставок.

Ключевые слова: инновация, инновативность, процесс, новшество, логистика, цепь поставок.

Введение. Инновации – ключевой фактор эффективности бизнеса. Компании стремятся использовать широкий спектр инноваций в своей деятельности для достижения конкурентного преимущества. Помимо традиционного взгляда на технологические и продуктовые инновации, организациям необходимо разрабатывать так называемые «управленческие» инновации. Такие инновации могут стать важным источником конкурентоспособности организаций. Глобализация и развитие информационных и коммуникационных технологий влияют не только на изменения потока материалов и информации между предприятиями, что приводит к усложнению структуры цепей поставок, но и требует перехода общества от принципа «образование через всю жизнь» к принципу «образование как способ жизни». Управление такой сложной структурой, как цепь поставок, в которой происходят постоянные изменения, требует сотрудничества многих предприятий, способных их принять и делиться знаниями, а также наличия кадров способных мгновенно реагировать на нестабильность этих цепей.

В контексте управления цепями поставок, уровень инновативности предприятий логистической сферы играет значительную роль. Логистические операторы являются важными звеньями в цепи поставок: они обеспечивают непрерывность потока, предоставляют логистические решения для взаимодействующих предприятий и часто управляют всей структурой цепи. Тем не менее, проблема инноваций в цепи поставок предприятий логистической сферы плохо изучена в экономической литературе. Инновационность данных предприятий базируется на уникальных организационных ресурсах, и, связана главным образом, с предлагаемыми услугами.

Основная часть. Инновационный потенциал – представляет собой совокупность различных ресурсов, включая финансовые, интеллектуальные, материально-производственные, научно-технические и иные ресурсы, необходимые для создания инновационной деятельности, а также возможность широкого воспроизводства национальной инновационной системы и ее инфраструктуры [5].

Анализируя структуру цепи поставок, ее можно разделить на четыре области, которые соответствуют фазовому подходу логистики [1]: зона снабжения, которая будет включать все те звенья и потоки, которые поставляют сырье и материалы для производства продукции; производственный участок, на котором сырье и материалы превращаются в готовую и конечную продукцию; зона дистрибуции, в которой сосредоточены предприятия, ответственные за доставку продукции на рынок, клиентам; будет включать, среди прочего: оптовиков, розничных продавцов, торговых агентов, брокеров и т. д.; логистика возвратных потоков, область, в которой идут такие процессы, как восстановление, утилизация, переработка, повторное использование и т.д.

На каждом из этих этапов можно искать решения, которые будут иметь признаки инноваций, а для практической реализации этих решений необходимы квалифицированные кадры, обладающие специальными знаниями. На рисунке 1 показана цепь поставок с обычным разделением фаз потока и примеры инновационных решений для каждой из них.

Зона поставки считается одной из наиболее важных, как для отдельного предприятия, так и для цепи поставок в целом, поскольку наибольшие затраты возникают в связи с закупкой сырья или полуфабрикатов [2]. Примерами

нововведений, которые могут повлиять на организацию логистических процессов, являются электронные покупки, возможность прямого заказа в системе поставщиков (VMI – запасы, управляемые поставщиком), управление отношениями с поставщиками, аутсорсинг процесса заказа внешним поставщиком логистических услуг и т.д. Одним из важнейших преимуществ внедрения новых и передовых решений в сфере закупок, связанных с использованием IT-систем, является автоматизация, которая упрощает процесс заказа, позволяет сократить количество сотрудников службы закупок, устраняет ошибки в заказах и поставках, повышает точность, снижает эффект «замыленного глаза» и т.д.

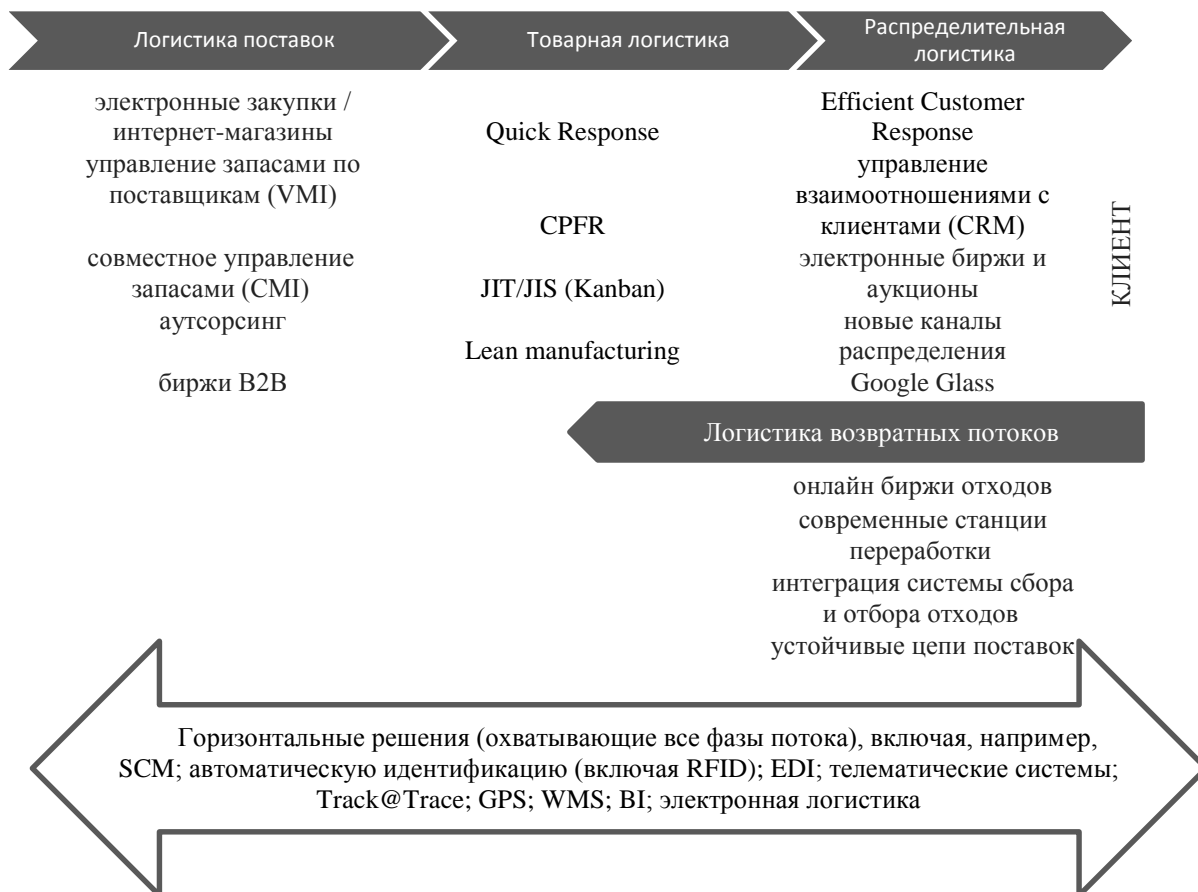


Рисунок 1 – Инновации в звеньях потока цепи поставок

Источник: разработка автора

Быстрый ответ (QR) является ключевым элементом в каждом звене цепи поставок и в значительной степени представляет собой результат принятия отдельными звеньями гибких решений в потоке материалов и информации. И здесь производственная логистика играет наиболее важную роль, как стратегия управления запасами она позволяет: изготавливать изделия по индивидуальным заказам по себестоимости и цене массовых изделий; поддерживать большой ассортимент и высокое качество выпускаемой продукции, увеличивая ценность продукта для клиента, предлагая ее вне продукта; прорабатывать дополнительные элементы, такие как участие в разработке дизайна продукта, короткое время доставки, выбор места и даты доставки.

Инновационным инструментом в производственной логистике является CPFR (совместное планирование, прогнозирование и пополнение запасов). Этот метод позволяет звеньям в цепи поставок предоставлять друг другу подробную информацию о прогнозах, планах производства и запасах. В зависимости от звена цепи поставок он используется для поддержки процессов прогнозирования и планирования, это означает, что он направлен на повышение эффективности производственных и логистических процессов [3]. В логистике распределения важны процессы транспортировки и хранения, а также управление запасами. Реализация задач, поставленных для этой области, требует применения соответствующих решений для управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и эффективные стратегии обслуживания клиентов (ECR). CRM – это решение, которое относится к управлению всеми элементами взаимодействия с клиентами.

Заключение. Сильное лидерство, обеспечение адекватными ресурсами, не только финансовыми, но кадровыми, тесное сотрудничество в цепи поставок, сотрудничество, основанное на доверии, разделение риска и выгод и т.д., необходимы для разработки и внедрения эффективных инноваций. Качество и количество инноваций, реализованных в звеньях цепи поставок, зависят от правильного выбора и сочетания различных инновационных решений [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Зарецкий А. Промышленные технологии и инновации. Учебник / Зарецкий А., Иванова Т. М.: Питер, 2016. – 480 с.
2. Курганов В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок товаров : учебно-практическое пособие: для студентов высших учебных заведений / В. М. Курганов. – М.: Книжный мир, 2009. – 512 с.
3. Курочкин Д.В. Логистика и управление цепями поставок: практическое пособие / Курочкин Д. В. Минск: Альфа-книга, 2016. – 783 с.
4. Левкин Г.Г. Логистика : теория и практика / Г. Г. Левкин. Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 221 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник для вузов. 6-е изд. СПб.: Питер, 2011. – 448 с.

УДК 339.138

SMART–профессиональные компетенции
позволяют человеку развивать будущее в жизни и бизнесе
в текущее время.

ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ SMART-МАРКЕТИНГА 5P В РАЗВИТИЕ SMART-ЭКОСИСТЕМЫ

доктор экон. наук, профессор М.К Жудро, БГЭУ, г. Минск

Резюме - в статье выполнена оценка научной состоятельности и практической востребованности традиционных теорий и методологии разработки инструментария экономической политики субъектов бизнеса в условиях синтеза SMART-экосистемы и результатов проявления COVID-19 - биотехнологического вызова как платформы формирования профессиональных экономических компетенций. Аргументирована необходимость развития и практико-применения теории и методологии SMART-экосистемы на основе разработанной парадигмы «smart-кросс-эффективность во времени и пространстве».

Ключевые слова: SMART-маркетинг 5P (Zhudro), экспериментальная экономика, поведенческая экономика, компетенции, структурные изменения, SMART-экосистема, парадигма.

Введение. Выполненная аналитическая, экспертная и экспериментальная оценка фундаментальных инструментов исследований современных социально-экономических проблем развития традиционной экономики позволила установить, что эффективное функционирование бизнеса в Республике Беларусь в условиях усиления конкуренции на национальном и мировых рынках товаров и услуг, а также роста факторов неопределенности рыночной среды обуславливает разработку и практикоприменение стейкхолдерами бизнеса инструментов имплементации SMART-маркетинга 5P (Zhudro) в развитие SMART-экосистемы на основе разработанной парадигмы «smart-кросс-эффективность во времени и пространстве» [1, 2].

Основная часть. В процессе аналитических, эмпирических и экспериментальных исследований актуальных проблем конкурентного развития дизайна современной институциональной регуляторики мега-, мезо- и микросреды развития бизнеса установлено, что доминируют инструменты традиционного функционирования экономики компании, базирующиеся на использовании двух существующих парадигм ее функционирования: 1) «эффективная экономика» П. Самуэльсона (ЛНП-1970г.), основанной на теории пропорциональности взаимодействия ресурсов в процессе производства, логистики и продажи товаров и исключительности экономического обоснования и принятия управленческих решений инвесторами, предпринимателями, менеджерами и специалистами предприятий и т. д., а также покупателями продуктов питания и 2) «поведенческая экономика» Р. Талера (ЛНП-2017 г.) или экономика выбора, базирующаяся на теории выбора покупателей (асимметричные эффекты рационального поведения клиента) во взаимодействии с продавцом исходя из учета результатов экспериментальных наблюдений и ответов, а также полевых исследований условий, обстоятельств, мотивов и последствий принятия участниками рынка продовольственных товаров решений о бизнес-сделках на основе субъективной их компетенции, практического опыта, правила, не обязательно логичного и, как следствие, сопровождающихся как рыночной эффективностью, так и неэффективностью из-за возможных ошибок в установке не только рациональной, но и иррациональной цены, ценности, маржинальности и т.д.

Ключевое отличие указанных парадигм заключается в том, что декларируемая в социально-экономической конструкции первой парадигмы зависимость потребления товаров от текущего дохода (рост которого ведет к росту потребления) проявляется согласно второй парадигме не очень устойчиво. Указанное противоречие между теорией и фактами объясняется теорией глобального или межвременного выбора, согласно которой в реальности покупатель товаров выбирает, какую часть текущего дохода он может потратить на потребление продуктов в текущий момент, а какую в будущем. Не потребленная часть дохода откладывается покупателем в виде его сбережений. В качестве «сбережений» со знаком минус могут рассматриваться заимствования. Тогда в текущем периоде потребление может оказаться больше дохода.

Выполненные аналитические и экспертные исследования актуальных проблем развития рынка товаров и поведения покупателей в 2020 году свидетельствуют, что имел место непредсказуемый ажиотажный с различной степенью спрос на те или иные продукты питания, лекарства, защитные средства и т.д. Так, спрос на чеснок, лук, имбирь, лимон и другие продукты, содержащие фитонциды и как новые панацеи от вируса в отдельные периоды возрастал многократно при сохранении доходов населения. То есть, пропорциональная зависимость потребления