

## 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

продовольственных товаров от текущего дохода (рост которого ведет к росту потребления) заменялась диспропорциями, которые вызывали турбулентность функционирования рынка продовольственных товаров и подвергали угрозе продовольственную безопасность страны. При этом практически ни одна традиционная маркетинговая практика эффективного использования рекламы, прямого маркетинга, стимулирования спроса, дисконта, интернет-маркетинга и других маркетинговых инструментов формирования пропорционального, когнитивного взаимодействия продавца и покупателя не демонстрировала свое реальное подтверждение. Тем самым исследуемый непредсказуемый ажиотажный с различной степенью спрос на те или иные продукты питания, лекарства, защитные средства и т.д. подтвердил ограниченность практикоприменения двух существующих парадигм функционирования бизнеса в 2020 году: 1) «эффективная экономика и 2) поведенческая экономика» и проявляющаяся в том, что традиционные теории, методологии, алгоритмы идентификации, количественного измерения, разработки и обоснования адекватных и эффективных научных рекомендаций конструирования и практикоприменения управленческих решений всеми стейкхолдерами бизнеса не учитывают кардинальные глобальные рыночные динамические и структурные как секторальные, так межсекторальные изменения под влиянием непредсказуемых социально-экономических последствий COVID-19 - биотехнологического вызова.

Прежде всего, глобальная и масштабная эпидемия продемонстрировала, что приоритетные естественные человеческие потребности "обеспечивающие функционирование организма человека в условиях реальной угрозы" – стремление к естественному благополучию и безопасности жизни в реальности не являются технологически неизбежно фундаментальными и трудно согласуются с традиционными принципами рационального расходования населением своих доходов. Такого рода непредсказуемое и когнитивно-недоступное технологическое и социально-экономическое сопровождение протекания жизни человека и представляет собой биотехнологический вызов как цивилизации в целом, так и для развития дизайна формирования самых различных профессиональных компетенций, включая и экономические. Биотехнологический вызов создает предпосылки для развития альтернативного состояния развития бизнес-процессов, которое можно интерпретировать, как «глобальная турбулентность» экосреды жизни человека.

Во-первых, ученые, эксперты, аналитики, менеджеры компаний рассматривают эти последствия как глобальный кризис, вызванный пандемией. Аргументом этому является то, что бизнес и правительства стран преимущественно в 2020 году сориентировались на масштабное применение жесткой и мягкой карантинной самоизоляции с целью сохранения как можно больше жизней людей и допущения создания институциональных предпосылок генерирования убытков компаний, домашних хозяйств. В этой связи, следует констатировать, что в реальной экономике имело место обременение практикоприменения двух существующих парадигм функционирования экономики: 1) «эффективная экономика» и 2) «поведенческая экономика», целью которого выступала не пропорциональность взаимодействия доходов компаний и богатства населения при сохранении императива экономического роста, а недопущение определенного пренебрежения тотальным и перманентным риском.

Во-вторых, имел место парадоксальный тренд снижения эффективности и конкурентоспособности компаний реального сектора экономики практически во всех странах при фактах роста их рыночной капитализации. Например, во вторник, 27 октября 2020 года, ключевые фондовые индексы США на Нью-Йоркской фондовой бирже демонстрируют в первой половине торгов разнонаправленную или смешанную динамику после резкого снижения по итогам прошлой сессии. Фондовый рынок США завершил торги вторника разнонаправленно за счет укрепления секторов технологий, потребительских услуг и коммунальных услуг. В лидерах роста среди компонентов индекса S&P 500 по итогам сегодняшних торгов были акции Harley-Davidson Inc (NYSE:HOG), которые подорожали на 21,93% до отметки 35,36, Xilinx Inc (NASDAQ:XLNX), которые набрали 8,53%, закрывшись на уровне 124,32, а также акции F5 Networks Inc (NASDAQ:FFIV), которые повысились на 8,44%, завершив сессию на отметке 136,17. Лидерами падения стали акции Franklin Resources Inc (NYSE:BEN), которые снизились в цене на 13,62%, закрывшись на отметке 19,73. Акции компании Raytheon Technologies Corp (NYSE:RTX) потеряли 7,12% и завершили сессию на уровне 56,48. Котировки Eli Lilly and Company (NYSE:LLY) снизились в цене на 6,94% до отметки 131,87 [3]. То есть, высокодоходные физические и юридические субъекты «экономики ценных бумаг, деривативов, аукционов», выступающие как инвесторы, получают не активные и созданные своей профессиональной деятельностью доходы, а виртуальные доходы в виде ренты, которые в конечном итоге должны быть созданы в реальной или материальной экономике. И, как следствие, в отличие от реальной 1) «эффективной экономики» и 2) «поведенческой экономики»; 3) «экономика ценных бумаг, деривативов, аукционов» представляет собой виртуальную экономику.

Согласно экспериментальным исследованиям в условиях коронавируса фондовые рынки и рынки фьючерсов продемонстрировали еще большее негативное влияние на развитие 1) «эффективной и 2) «поведенческой экономики», целью которого выступала не столько пропорциональность взаимодействия доходов компаний и богатства населения при сохранении императива экономического роста, а сколько недопущение определенного пренебрежения тотальным и перманентным риском технологического вызова.

Так, 20 апреля 2020 года впервые в мировой практике биржевых товарных продаж фьючерсный контракт Nymex WTI CMA спустился ниже нуля, упав в течение одного дня почти на \$60 до окончательной отметки в минус \$37,63 за баррель и такое падении котировок вызвала панику во всем мире [4].

При этом стоимость физически поставляемой нефти в минус не уходила, так как она определяется другими путями, в отрицательную зону скатилась лишь «биржевая или виртуальная» нефть, то есть финансовый инструмент, обеспечивающий реальную торговлю.

Следовательно, зафиксированная разнонаправленная динамика мировых цен на нефть обусловлено невозможностью надлежащего исполнения прав на владение фьючерсными, форвардными, аукционными контрактами на нее, предприятиями при покупке акций, права кредитора по облигациям и т.д., а компаниям, ценные бумаги которых торгуются на фондовых рынках, привлекать выгодные инвестиции для экономического роста из-за введенных практически всеми странами карантина на логистику, который вызвал сбои в цепочках ее поставок. Они, в свою очередь, вызывают негативный мультипликативный эффект для субъектов «экономики ценных бумаг, деривативов, аукционов», недопущение которого предполагает устранение существующих диспропорций во взаимодействии парадигм 1) «эффективной экономики»; 2) «поведенческой экономики» и 3) «экономики ценных бумаг, деривативов, аукционов» представляет собой виртуальную экономику [5].

Приведенная выше аналитика разнонаправленного взаимодействия парадигм 1) «эффективная экономика»; 2) «поведенческая экономика»; 3) «экономика ценных бумаг, деривативов, аукционов» в условиях высокой динамичности непредсказуемости экосреды глобального структурированного бизнеса свидетельствует о методологической уязвимости гипотезы Юджина Фама, Роберта Шиллера и Ларса Питера Хансена (ЛНП-2013 г.) «эффективного рынка», предполагающего, что вся существенная информация сразу и полностью отражается на стоимости ценных бумаг или эффективного взаимодействия переменных: величины рыночной капитализации и отношение цены к балансовой стоимости», а также теории аукционов и изобретение новых аукционных форматов Пол Р. Милгрота и Роберта Б. Уилсона, которая преимущественно виртуально, а не реально сочетает в себе как пропорциональность, так и непропорциональность частной и публичной оценки того или иного аукционного актива (private value и common value).

В этой связи важна идея Ларса Питера Хансена (ЛНП-2013 г.) «эффективности и границах применимости краткосрочных и долгосрочных прогнозов» на основе разработанных экономико-математических методов, позволяющих тестировать динамические финансовые модели, одним из ключевых параметров является время с целью снижения рисков инвестирования во времени и существенного повышения степени достоверности их оценки.

**Заключение.** Таким образом, в целях преодоления негативного мультиплицированного взаимодействия трех фундаментальных дуальных неординарных трендов развития мировой экономики и трех парадигм функционирования традиционного бизнеса: а) «эффективная экономика»; б) «поведенческая экономика»; в) «экономика ценных бумаг, деривативов, аукционов» в условиях высокой динамичности и непредсказуемости экосреды необходимо развивать и практико-применять теорию и методологию SMART-экономики на основе парадигмы «smart-кросс-эффективность во времени и пространстве».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Жудро М.К. Внешнеэкономическая деятельность: практикум: учеб. пособие / М.К. Жудро, М.М. Жудро. – Минск: Вышэйшая школа, 2017. – 160 с.
2. Жудро, М.М. Инновационный организационно-экономический механизм развития гибридных высокотехнологичных организаций в условиях цифровой экономики: менеджмент, бизнес, образование (теория, аналитика, инструментарий): монография / М.М. Жудро. – Могилев: МГОИРО, 2017. – 222 с.
3. Американские индексы торгуются разнонаправленно [Электронный ресурс]. // – Режим доступа: <https://www.finam.ru/analysis/marketnews/amerikanskie-indeksy-torguyutsya/>. – Дата доступа: 27.10.2020.
4. Катона В. Баррель с минусом: как нефтяной рынок пришел к отрицательным котировкам [Электронный ресурс]. // – Режим доступа: [https://www.rbc.ru/opinions/business/22/04/2020/5e9ff2bd9a7947e066f98849?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop](https://www.rbc.ru/opinions/business/22/04/2020/5e9ff2bd9a7947e066f98849?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop) / . – Дата доступа: 22.04.2020.
5. Капитализация фондового рынка по оценке Masterforex-V [Электронный ресурс]. // – Режим доступа : <https://www.masterforex-v.org/wiki/capitalization.html/>. – Дата доступа: 01.05.2020.

УДК 339.488

#### МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГАРМОНИЗАЦИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

канд. экон. наук, доцент **Н. В. Жудро**, БНТУ, г. Минск

*Резюме – в статье обоснована необходимость модернизации традиционной практики оценки эффективности менеджмента продаж с целью оптимизации цен и расходов не только бизнеса, но и потребителей. Сформулирована концепция дифференцирования цен, стоимости и ценности операционной деятельности и сделок купли-продажи белорусских компаний на основе учета приоритета покупательских предпочтений на глобальном рынке, конкурентоспособной их индустрии и консьюмер сервиса.*

*Ключевые слова: объем продаж, оценка, эффективность, потребитель, цена, стоимость, ценность,*

**Введение.** В ходе научных изысканий обоснована необходимость для гармонизации бизнес-взаимодействия продавца и покупателя рекомендовать концепцию дифференцирования цен, стоимости и ценности как