

потребления товаров, придания им новых свойств, актуальных для общества, которые не могут быть решены усилиями только одного предприятия. В современных условиях хозяйствования технологии не просто представляют собой средства производства, они становятся ключевым элементом для улучшения эффективности, гибкости и инновационности производственных систем. Таким образом научные исследования становятся неотъемлемой частью производственных процессов, способствуя повышению производительности, качества продукции и конкурентоспособности предприятий.

Формирование научно-промышленного комплекса является сложным и многогранным процессом, который требует тщательного обоснования теоретико-методологических и институциональных основ. Современные теории также учитывают влияние технологического прогресса, институциональных факторов и других переменных на производство. Они подчеркивают важность инноваций, гибкости и адаптивности в условиях быстро меняющейся экономической среды.

Заключение. Республика Беларусь обладает сильными сторонами в определенных секторах, таких как машиностроение и производство электроники, и извлекает выгоду из своего стратегического расположения и партнерских отношений в регионе. Тем не менее она сталкивается с проблемами, в том числе политическими, чтобы конкурировать в глобальном масштабе. Для дальнейшего устойчивого развития Республика Беларусь может рассмотреть возможность формирования научно-промышленного комплекса через диверсификацию экономики, укрепление инноваций, развития предпринимательства, а также участия в международном сотрудничестве и партнерстве. Беларусь занимает уникальное положение в промышленной и научной сфере среди своих сверстников в Восточной Европе и за ее пределами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы: указ Президента Республики Беларусь от 29 июля 2021 г. № 292 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100292>. – Дата доступа: 07.02.2024

2. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года // Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR/NSUR-2035.pdf>. – Дата доступа: 07.02.2024

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 08.02.2023

4. Устинович, И. В. Системный подход к оценке результатов взаимодействия промышленных и научных организаций = A systematic approach to assessing the results of interaction between industrial and scientific organizations / И. В. Устинович // *Новости науки и технологий*. – 2023. – № 3. – С. 37-42.

5. Устинович, И. В. Генезис теоретических концепций инновационного развития в контексте формирования научно-промышленного комплекса / И. В. Устинович // *Экономические и социально-гуманитарные исследования*. – 2023. – № 2(38). – С. 79 – 88. – DOI 10.24151/2409-1073-2023-2-79-88

УДК 330.3

О РОЛИ ОСВОЕНИЯ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

канд. экон. наук, доцент И. В. Устинович, магистрант М. А. Козак, ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме. В статье говорится о влиянии инноваций на успех корпораций в современном мире, приводятся примеры стран и компаний, занимающих лидирующие позиции в своих нишах за счет их использования.

Ключевые слова: инновации, освоение нового вида продукции, глобализация, apple.

Введение. Инновации как концепция могут рассматриваться на микро- и макроуровнях. В современном капиталистическом мире любое государство стремится увеличить свою конкурентоспособность. Для достижения данной цели часто используется инновационная деятельность. Занять лидерскую позицию на мировой арене и в конкурентной борьбе – это и есть цель освоения нового вида продукции.

Основная часть. Современный мир находится в двойственном состоянии глобализации и деглобализации одновременно. На данный момент не существует страны, которая была бы способна полностью обеспечить себя всем необходимым. Однако, большинство стран стремятся продвигать на своем рынке именно продукцию собственного производства. А для этого она должна быть лучше продукции других стран, что в свою очередь означает ее превосходство по ценовым либо качественным показателям. Как правило, достижение ценового преимущества достигается за счет отсутствия сложной логистической цепи, а вот качественные показатели могут быть достигнуты только с использованием дорогостоящих материалов или же инновационных технологий. Именно в этом и заключается сущность и главная цель освоения нового вида продукции, а именно приобретение конкурентного преимущества. Вопрос глобализации намного шире и сложнее, чем может показаться на первый взгляд. Многие компании располагают свои производства в странах с более дешевой рабочей силой, для сокращения расходов на производство. По данным Reuters [1] (одно из крупнейших в мире международных агентств новостей и финансовой информации), Foxconn является крупнейшим мировым производителем iPhone,

выпуская 70% смартфонов Apple. 45% доходов Foxconn Apple приходится на iPhone, которые она производит в Индии и в Китае, но на заводе в Чжэнчжоу, где работает 200 000 человек, собирается их большая часть. Тем самым такие компании как Apple перевозят и свои технологии в другие регионы. Их технологии защищаются авторскими правами, соответственно их нельзя использовать другим компаниям, но создать свой аналог всегда возможно. Для крупных производителей существуют такие страны как Китай, Вьетнам и Индия, в которых располагается огромное количество производственных мощностей всего мира.

Китай производит около 60% от общего мирового производства стали, цемента, электролитического алюминия, метанола и другого сырья [2]. По производству смартфонов, компьютеров, телевизоров, промышленных роботов и автомобилей на новых источниках энергии Китай занимает первое место в мире. Также эти страны известны по всему миру как главные производители подделок, которые и появляются из-за их наполнения технологиями других стран.

Яркими примерами являются три компании, занимающиеся работающие в абсолютно разных сферах, но использующих примерно одинаковую систему. Это компании Apple, Coca-Cola и Nike, все они являются американскими компаниями, но их продукцию производят далеко не только в США, а скорее лишь ее малая часть. Но все они обладают патентами на свои технологии и бренды, что, как и говорилось ранее не дает возможности другим копировать их. Именно инновационная деятельность позволила этим компаниям стать известными по всему миру и дать США конкурентное преимущество. Это лишь пример трех компаний, их успех практически невозможно повторить, но в этом и суть инноваций. Они не должны повторить какой-либо опыт или успех других компаний, они должны дать нечто новое.

Скорость развития мирового рынка непреклонно повышается и научно-технический прогресс позволяет производителям искать больше и больше способов модернизации процесса производства и самого продукта. А также появление новых технологий позволяет крупным производителям изобретать уникальные новые товары (услуги). Сложившаяся ситуация стремительно увеличивается, так как конечные потребители прибывают в состоянии ожидания нововведений от компаний-производителей. В связи с этим малым компаниям все труднее выходить на рынок, так как даже с новым продуктом к ним быстро может пропасть интерес, а средств для разработки нового у них не будет. В связи с этим перед ними встает вопрос о рациональности ведения такого бизнеса. Если говорить о долгосрочной перспективе создания транснациональной корпорации, то эффективнее выйти на изученный (существующий) рынок постепенно выработывая репутацию, а потом, через какое-то время, представить свой инновационный продукт, который будет защищен не только авторским правом, а ещё и брендом. Использование инноваций, как правило, позволяет более эффективно использовать ресурсы, находя их новое применение или же используя их как заменители более дорогих аналогов. Речь идет не только об использовании природных ресурсов или комплектующих, а также о человеческих ресурсах. На данный момент в мире крайне быстро развивается сфера нейросетей и робототехники. Вместо использования нескольких дизайнеров и маркетологов, достаточно одной нейросети, которая сможет в более короткие сроки сделать их работу. Конечно, на данный момент невозможно полностью заменить человека машиной, из-за недостаточной адаптированности искусственного интеллекта под автономную работу. К тому же, на нынешнем этапе развития данной сферы человек является управляющим элементом. Когда процесс производства, рекламы и продажи полностью сможет выполнять комплекс машин с единым или взаимосвязанным интеллектом, тогда человеческий ресурс сильно потеряет свою ценность.

При этом существует элементы или задачи, которые уже довольно давно полностью или частично перешли в электронную сферу. Самый простой пример – это вычисления. Это касается не только работы с непосредственными расчетами, а также и вычисления размеров массы и других технических характеристик продукции. Путь цифровизации производства начался с изобретения первого компьютера в 1927 году в Массачусетском технологическом институте Вэниваром Бушем. Конечно, он имеет мало общего с нынешними ЭВМ, но его можно назвать отправной точкой. Как раз это изобретение можно назвать инновацией, которая определила вектор развития мировой промышленности на века вперед. Всё что только можно было – уже придумали, эта фраза зачастую звучит из уст обычных людей и тех, кто мыслит иначе крайне мало. Такие люди чаще всего попадают в историю как великие изобретатели своей эпохи. Однако даже так каждый день создаются новые модификации различных продуктов, которые улучшают повседневную жизнь и выводят на новый уровень развитие науки.

Заключение. Инновации используются во всех сферах деятельности, сегментах рынка и уровнях организаций, и именно они позволяют компаниям-многомиллионникам сохранять свои лидирующие позиции. В нынешних реалиях вопрос инноваций рассматривается не как что-то второстепенное, а как необходимость для выживания. Освоение нового вида продукции позволяет двигаться в ногу с техническим прогрессом других стран, конкурировать с ними на мировом рынке и задавать благоприятное направление развития отечественной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Foxconn заново изобретает себя и цепочки поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2021/article_0008.html. – Дата доступа: 08.02.2024
2. Глобальный инновационный индекс – 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/> – Дата доступа: 08.02.2024
3. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия/ Й.А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2008. – 864 с

4. Климова, Л.А. Инновационное развитие предприятия/ Л.А. Климова. – Могилев.: Белорус.-Рос.ун-т, 2017. – 215с.

5. Лепешев Д.И., Пастухова К.С. Статистический анализ эффективности функционирования промышленности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [statisticheskiy-analiz-effektivnosti-funktsionirovaniya-promyshlennosti-respubliki-belarus.pdf](#). – Дата доступа:06.02.2024

УДК 339.9

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК КАК СТИМУЛ ПРОМЫШЛЕННОЙ КООПЕРАЦИИ

С. В. Шевченко, ФММП, БНТУ г. Минск, Ю. А. Жишкевич БНТУ г. Минск

Резюме. В условиях ограниченного доступа к современным технологиям, в том числе за счет нарушения ранее налаженных цепочек поставок из западных стран возрастает потребность в усилении производственной кооперации внутри стран Европейского экономического союза и на первый план выходит проблема пополнения оборотных средств и специализированный финансовый инструмент - финансирование цепочек поставок (*supply chain financing SPF*).

Ключевые слова: финансирование цепочек поставок, цифровая трансформация, промышленная кооперация

На внутривнутристрановом уровне концепция промышленной кооперации имеет большие перспективы, особенно применительно к задействованию производственного потенциала малых и средних предприятий (МСП).

Речь идет о создании условий, чтобы субъекты малого предпринимательства могли становиться регулярными субконтракторами для крупных промышленных предприятий, производя для них отдельные детали, оснастку, оказывая им конструкторские и изыскательские услуги.

Для практической реализации данной цели необходим целый ряд предпосылок. Это и соблюдение со стороны потенциальных поставщиков на конвейер крупных предприятий требуемых последними стандартов качества, приемлемого уровня себестоимости, наличие способности гибко «масштабировать» производство под потребность заказчика.

Ключевым условием успешной промышленной кооперации для МСП является их готовность обеспечивать своевременное пополнение собственных оборотных средств, так как, работа с крупными заказчиками обычно предполагает предоставление им отсрочки платежа по поставкам.

В свою очередь, для обеспечения гарантированной ритмичности поставок на «конвейеры» от субконтракторов требуется формирование определенного запаса сырья и материалов, что создает естественный разрыв ликвидности. Конечно, недостаток оборотных средств может быть восполнен за счет кредитования. Однако для МСП «недоступность» банковского кредитования как раз является одной из наиболее характерных и часто упоминаемых проблем.

Объективным объяснением этого является в целом неустойчивое финансовое состояние и низкая кредитоспособность предприятий МСП, частое отсутствие у них достаточного и приемлемого для банков-кредиторов обеспечения.

Эта проблема не является уникальной, а скорее характерна для большинства стран мира. В качестве своеобразного ответа на подобный вызов в мировой финансовой системе сформировался и быстро стал весьма популярным такой специализированный финансовый инструмент как финансирование цепочек поставок (*supply chain financing – SCF*).

Преимущество подобных кредитных продуктов основано на том, что они дают доступ к финансированию без дополнительного залога, причем небольшие компании МСП, являясь поставщиками более крупных и финансово устойчивых корпоративных клиентов, могут под «них» риск получать более дешевые ресурсы.

В наиболее простой схеме подобного финансирования принимают участие три стороны – (1) крупный покупатель (в англоязычной терминологии используется понятие «anchor» – «якорь»), (2) его поставщик(и) и (3) кредитор(ы) [2].

Применительно к концепции промышленной кооперации покупатель – это крупный завод, использующий при производстве своей продукции комплектацию от многочисленных «партнерских» субподрядчиков-поставщиков.

Говоря о различных подвидах SCF, обычно выделяют две крупные категории – покупка дебиторской задолженности (в т.ч. факторинг, форфейтинг) и кредитование под дебиторскую задолженность.

В первом случае кредитор (банк) выкупает задолженность покупателя перед поставщиком (часть либо полностью), поставщик в свою очередь получает выкупную стоимость и может списать уступленную задолженность со своего баланса. При этом данный выкуп может происходить либо с регрессом на поставщика либо без него. Разница в том, остается ли у кредитора право «вернуть» дебиторскую задолженность поставщику в случае несвоевременной оплаты со стороны покупателя.

Во втором случае банк предоставляет поставщику оборотный кредит под его дебиторскую задолженность, являющуюся и источником погашения кредита и обеспечением. При этом у поставщика появляется самостоятельный долг перед банком, а покупатель по-прежнему остается должным напрямую поставщику.