

В рамках логистической системы всегда существует набор различных стратегий при осуществлении снабжения, поддержки производства и физического распределения, каждая из которых может применяться по мере необходимости. В конкретной ситуации должны выбираться оптимальные варианты, обеспечивающие возможности для маневрирования. При этом основной целью, которую преследуют предприятия-производители, является завоевание лидерства на рынке.

Предложенная модель обеспечивает эффективное функционирование и взаимовыгодное сотрудничество всех элементов кооперационной цепочки. Каждый элемент модели на основе принципов и под влиянием факторов: экономических, политических, технологических, природно-климатических, социально-демографических, правовых выполняет соответствующие функции.

Заключение. По результатам исследования было предложено некоторые меры по стимулированию функционирования кластеров мясной отрасли. Для единообразных подходов к организации, функционированию и контролю целесообразно сформировать правовую базу и разработать национальный стандарт, в котором будут предусмотрены всевозможные функциональные связи с органами управления, властью, юридическими и физическими лицами. Важной составляющей кластера мясной отрасли является тесное взаимодействие с научно-исследовательскими организациями для анализа текущей ситуации и разработки эффективной стратегии поведения на внутренних и внешних рынках. Разработка новых инновационных форм взаимодействия позволит скоординировать возможные меры государственной поддержки, подтолкнуть к созданию и развитию как региональных кластеров и инвестиционной инфраструктуры, так и мотивировать кластерные инициативы, которые впоследствии могут стать более привлекательными для потенциальных инвесторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Министерство экономики Республики Беларусь. Карта кластеров Республики Беларусь – [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/karta_klasterov-ru. – Дата обращения: 20.01.2024.
2. Быкова, Т. П. Потенциал развития кластеров в регионах Беларуси / Т. П. Быкова [и др.]. – Минск : Колорград, 2019. – 100 с.
3. 3 Международная конкурентоспособность экспортного потенциала белорусской промышленности / А.Е.Дайнеко, А.В.Данильченко, С.В.Глубокий [и др.]; под науч. ред. А.Е.Дайнеко. – Минск: Право и экономика, 2020. – 286 с.
4. Международная конкурентоспособность реального сектора экономики Беларуси / А.Е.Дайнеко, А.В.Данильченко, С.В.Глубокий [и др.]; под науч. ред. А.Е.Дайнеко. – Минск : БНТУ, 2020. – 228 с.
5. Гусаков, Е. В. Теория и методология создания и обеспечения эффективного функционирования кластерных структур в АПК / Е. В. Гусаков ; НАН Беларуси. – Минск : Беларус. навука, 2020. – 381 с

УДК 338

ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

И. Е. Ругалева, ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме. В статье рассматриваются отличия цифровой трансформации и цифровизации, определяются их достоинства и недостатки.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, цифровая безопасность.

Введение. В настоящее время трудно представить жизнь человека, который никак не взаимодействует с современными информационными технологиями. Во времена глобальной цифровизации каждый так или иначе, сталкивается с ними, потому что технологии были внедрены во все сфера жизнедеятельности. С приходом интернета и компьютеров, информация стало легко найти в общем доступе. Происходило это постепенно, с каждым годом расширялись возможности технологий. Не стоит забывать, что даже было время, когда найденную информацию было нельзя скопировать с сайтов и переслать, что делало процесс работы за компьютером крайне неудобным. Однако сейчас информационные технологии делают легким процесс передачи, хранения и использования информации.

Основная часть. Можно сказать, что с приходом информационных технологий процесс обучения стал намного легче. Люди в свободном доступе могут найти всю необходимую информацию, и им не нужно сидеть в библиотеке в поисках нужной книги. Поэтому повышается доступность и качество образования. Причем не только в нашей стране, но и во всем мире. Таким образом мы имеем знания и опыт, которые раньше люди хранили и получали на протяжении тысячелетий. Другой вопрос, как мы эти знания будем использовать. Мы должны ценить и пользоваться теми благами, которые нам предоставлены. Важен еще тот факт, что с появлением интернета, у людей с инвалидностью появилась возможность работать и зарабатывать, таким образом они стали такой же важной частью общества, как и люди без ограниченных возможностей. Мы должны улучшать качество и придумывать новые технологии, которые помогут людям в их жизни. Например, создание современной техники, такой как мультиварка и робот-пылесос позволило людям экономить свое время на приготовлении еды и уборке своего жилища соответственно, а если у людей больше свободного времени, то их удовлетворение от жизни высокое. Возможно, именно, поэтому, в странах, где высокий уровень развития

информационных технологий, живут люди с аналогичным уровнем счастья. Все бы мы хотели не иметь забот или хотя бы снизить их до минимального уровня, поэтому информационные технологии были созданы в основном для того, чтобы уменьшить трудоемкость.

Есть и обратная сторона медали – люди становятся более ленивыми и им проще нажать на кнопку, которая, к примеру, закрывает «шторы», а не сделать это самостоятельно. Очевидно, что уменьшается активность людей, они мало двигаются, а потом у них возникают проблемы со здоровьем. Но современные технологии проникли и в эту медицинскую сферу. Сейчас существуют различные аппараты, которые позволяют выявлять заболевания на ранних стадиях и начать лечение. Отсюда следует, что развитие людей в области электроники помогает спасать миллионы жизней на нашей планете. Более того, созданное оборудование для определения предстоящих природных катастроф, делает возможным выявление катаклизмов, что в свою очередь поможет избежать больших людских потерь.

В наши дни происходит процесс информатизации, следствием которого в будущем может стать переход из индустриального в постиндустриальное (информационное) общество. Причины информатизации кроются в возрастании значимости технологий. Информационные технологии помогают оптимизировать все важные процессы. Отсюда можно резюмировать, что роль информатизации в жизни общества кроется в облегчении условий труда людей и увеличении производительности.

Если рассмотреть конкретно социальную сферу жизни общества, то увеличение количества предоставляемой информации позволяет людям принять взвешенное и обдуманное решение или верную точку зрения по какому-либо вопросу. Теперь человек имеет возможность сравнивать и находить нужную ему информацию. Более того, у нас появилась возможность выбора формата получения информации. Можно рассмотреть пример, когда человек хочет узнать, что нового произошло в его стране, да и в целом во всем мире. Так мы можем узнать свежие новости на новостных сайтах, предварительно выбрав ресурс, которых в настоящее время существует достаточно много. Таким образом получается, что мы можем прочитать новости в интернете. Если человек не хочет читать, то включив радио он сможет послушать новости, а для более приятного восприятия информации он может посмотреть программу новостей по телевизору. Современные технологии позволяют получать любую информацию в удобном для нас формате. Информация непосредственно связана с накоплением знаний и формированием опыта, поэтому она так важна в современном мире. С появлением информационных технологий стало возможным ведение онлайн-бизнеса, который при грамотном подходе поможет извлечь даже больше прибыли, чем офлайн-бизнес. Его преимуществом является автоматизация процессов, при которой многие технические моменты уже улажены благодаря ИТ-инструментам. С помощью информационных технологий можно уменьшить сумму затрат для компании. Если брать в пример какой-нибудь интернет-магазин, то в отличие от офлайн-магазина, можно сэкономить на сотрудниках, так как покупатель может с легкостью найти необходимый для него товар или услугу непосредственно на сайте. И для этого не нужно привлекать других. Многим даже этот вариант покажется наиболее привлекательным, ведь люди не любят, когда им что-то навязывают. При онлайн-покупке товаров выбор делают только они.

Более того, еще одним преимуществом онлайн-бизнеса является то, что сейчас все люди имеют доступ в сети интернет, поэтому при правильной рекламе можно рассчитывать на большое количество покупателей. А так как это все происходит в онлайн-режиме, то можно получить не только покупателей из своей страны, а и в целом со всего мира, потому что твой бизнес не привязан к какой-то определенной точке.

Сейчас многие считают удобным совершать покупки в интернете, нежели в торговом центре, потому что это очень экономит время. Однако важно сделать сайт визуально приятным и с понятным интерфейсом. Нужно заинтересовать людей с первой секунды и не потерять потенциальных покупателей. Маркетинговые «фишки» помогут ненавязчиво заставить людей купить что-то.

Информационные технологии совершенствуются каждый год. Они уже позволили людям получать, хранить и использовать любую информацию. Таким образом мы можем в кратчайшие сроки делиться и искать информацию, что значительно облегчает жизнь. Однако на этом развитие технологий не останавливается, перед нами открывается мир возможностей, которые нам нужно использовать.

Заключение. Конечно, присутствуют и негативные моменты, связанные со злоупотреблением современными технологиями. Интернет-зависимость в наше время очень распространенная проблема, поэтому нужно использовать Всемирную Сеть по минимуму, но самое главное, что это время должно быть проведено с пользой. Однако мы можем наблюдать, что молодежь проводит перед экраном телефона или же компьютера очень много времени. К сожалению, лишь малый процент из них используют свои гаджеты ради получения новых знаний и совершенствования себя. Большинство из них играют в игры и упускают самое драгоценное в своей жизни. Они упускают свое время. Нужно получать новые знания, чтобы развивать себя и вносить вклад в развитие общества или в целом всего мира. И нашим незаменимым помощником в этом будут информационные технологии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 февраля 2021 г., № 66 // Министерство связи и информатизации Респ. Беларусь [Электронный ресурс].
2. Головенчик, Г.Г. Цифровая экономика / Г.Г. Головенчик, М.М. Ковалев. – Минск : Изд. центр БГУ, 2019. – 395 с.

3. Машкарева, М. А. Влияние информационных технологий на политику и идеологию / М. А. Машкарева, Д. В. Радионов ; науч. рук. Е. Н. Дайняк // НИРС-79 [Электронный ресурс] : материалы 79-й научно-практической конференции студентов Минска, 20 апреля 2023 г. / Белорусский национальный технический университет ; сост.: Е. С. Голубцова, А. Н. Шавель. – Минск : БНТУ, 2023. – С. 465-466.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 04.03.2023

5. Балынская, Ю. К. Цифровизация образования / Ю. К. Балынская ; науч. рук. Б. А. Железко // Материалы докладов студентов факультета маркетинга, менеджмента, предпринимательства 79-й студенческой научно-технической конференции БНТУ, проводимой в рамках международного молодежного форума «Креатив и инновации' 2023», Минск, 16-18 мая 2023 года [Электронный ресурс] / Белорусский национальный технический университет, Факультет маркетинга, менеджмента, предпринимательства; редкол.: А. В. Данильченко [и др.]. – Минск : БНТУ, 2023. – С. 133-134.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ

В.В. Скрובה, ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме. В статье рассматривается необходимость всестороннего изучения применения практико-ориентированного обучения в разрезе маркетинга партнерских отношений субъектов «ВУЗ – поставщик образовательной услуги» – «студент – получатель образовательной услуги» – «предприятие – заказчик кадров». Актуализация данной проблемы позволит определить направления развития маркетинга партнерских отношений в сфере практико-ориентированной подготовки специалистов с высшим образованием, повысить конкурентоспособность отечественных высших учебных заведений и предприятий.

Ключевые слова: практико-ориентированное обучение, потребитель образовательной услуги, подготовка специалистов, партнерство, маркетинг партнерских отношений, предприятие – заказчик кадров.

Введение. Опыт многолетнего взаимодействия с предприятиями в рамках маркетинга партнерских отношений показал, что в настоящее время актуальным является вопрос подготовки квалифицированных кадров в различных отраслях экономики. Многие выпускники с высшим образованием не готовы выполнять в должной мере свои функциональные обязанности в связи с недостаточно сформированными практическими навыками применения фундаментальных теоретических основ. В последнее время многие учебные планы ВУЗов были пересмотрены в сторону увеличения лекционной нагрузки, что усилило теоретическую направленность подготовки специалистов с высшим образованием в ущерб практическим навыкам. Данный подход не соответствует с запросу предприятий – заказчиков кадров, поэтому возрастает необходимость внедрения практико-ориентированной подготовки специалистов с высшим образованием как основы маркетинга партнерских отношений в разрезе «ВУЗ – студент – предприятие».

Основная часть. Маркетинг партнерских отношений в высшей школе представлен такими основными субъектами партнерства, как: «ВУЗ – поставщик образовательной услуги» – «студент – получатель образовательной услуги»[2]. Однако в цепочке партнерских отношений конечным потребителем является предприятие – заказчик кадров, поэтому актуально рассмотрение вопроса развития маркетинга партнерских отношений в цепочке «ВУЗ – поставщик образовательной услуги» – «студент – получатель образовательной услуги» – «предприятие – заказчик кадров», стратегически ориентируясь на заказ предприятия. Согласно опросу, проведенному в рамках исследования, предприятия – заказчики заинтересованы в подготовке высококвалифицированных кадров, имеющих не только глубокую теоретическую подготовку по специальности, но и обладающими нужными практическими навыками. В связи с этим интересно учесть опыт целевой подготовки специалистов с высшим образованием, активизировать внедрение практико-ориентированного подхода к обучению, учитывая насущные запросы предприятий.

В сфере подготовки специалистов с высшим образованием можно выделить несколько подходов к практико-ориентированному обучению. Часть авторов во главу угла ставят приобретение студентом практических навыков во время прохождения производственных и преддипломных практик, другие ориентированы на внедрение в учебный процесс профильных дисциплин. Несомненно, нужный эффект произведет тесное взаимодействие преподавателей, методистов и студентов ВУЗов со специалистами предприятия, включая проведение совместных семинаров, встреч, практических занятий. В настоящее время существуют профессионально-ориентированные технологии обучения, влияющие на формирование определенных качеств личности будущего специалиста, поэтому практико-ориентированное обучение должно опираться на психолого-педагогическую базу, отвечающую современным требованиям науки и производства.

Предприятие – заказчик кадров, являясь субъектом маркетинга партнерских отношений, заинтересовано в том, чтобы построение процесса практико-ориентированного обучения позволило максимально приблизить содержание учебных дисциплин к реальным требованиям времени, открывая возможность применения знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе обучения, в дальнейшей профессиональной деятельности. Важно создать возможности взаимодействия, консультирования со специалистами предприятия