

Запропонована методика дає можливість здійснювати диференційовану оцінку споживачів АТП, можливість зрівняти клієнтів підприємства між собою по ряду різних показників, визначати перспективи роботи з кожним споживачем, виділяти споживачів АТП, яким варто приділяти більше уваги.

Література.

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. СПб.: Питер Ком, 1998. 896 с.
2. Лопатинская И.В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2002. № 3(29). С. 20-32.
3. Цысарь А.В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления. *Маркетинг и маркетинговые исследования в России*. 2002. № 5. С. 55-61.
4. Aaker D.A. *Managing Brand Equity*. The Free Press, 1991. 139 p.

ЦИФРОВАЯ ЛОГИСТИКА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Шумская Т. В., магистрант, osapun@yahoo.com

Научный руководитель: Сапун О. Л., к. пед. н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

Эффективность функционирования логистической системы во многом связана с используемыми в ней информационными технологиями. Современные технологии позволяют предприятиям внедрять новые логистические решения, а внедрение новых технологий позволяет им оптимизировать производственный процесс, улучшать свою деятельность и внедрять ранее недоступные и невозможные процедуры.

В Концепции развития логистической системы Республики Беларусь до 2030 года, принятой в конце 2017 года Правительством, поставлены следующие задачи в области цифровизации [1]:

- переход на электронные технологии документооборота по устойчивым цепочкам товарооборота;
- формирование единой цифровой платформы логистических систем на основе интеграции взаимодействия с международными информационными системами;
- унификация стандартов информационного обмена данными между участниками логистической системы;
- использование электронных форм сопроводительных и коммерческих документов при международных перевозках различными видами транспорта;

- развитие электронной биржевой торговой системы при оказании логистических услуг.

Цифровизация всех сфер деятельности сельскохозяйственных предприятий сегодня - это не просто актуальная задача, а острая проблема, решение которой необходимо для успешного развития экономики. Информационное обеспечение производства охватывает, в первую очередь, интеллектуальные процессы инжиниринга и управления производственной деятельностью предприятия, связано с инновационными процессами перевооружения производства и разработкой новых компьютеризированных технологических процессов, получением новых образцов продукции. с более высокими потребительскими свойствами, позволяет в значительной степени решать задачи ресурсосбережения и мобилизации внутренних ресурсов потенциала Республики Беларусь.

Предприятиями АПК использованы информационные технологии в области штрихового кодирования.

Белорусская ассоциация товарной нумерации EAN на основании документов, представленных предприятием, присваивает каждому виду продукции товарные номера, регистрирует их, вводит штрих-код в хранилище и выдает соответствующий документ, подтверждающий право использования товарных номеров. товара в виде штрих-кода.

При этом EAN Беларуси присваивает юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю уникальный глобальный номер местонахождения (GLN), который в соответствии с международными стандартами обмена данными может использоваться им как собственный идентификатор, который однозначно идентифицируется в процесс ведения хозяйственной деятельности с использованием компьютерных сетей [2].

Штрих-код, которым маркируются отечественные и импортные товары, позволил предоставить доступ к базе данных описаний товаров в соответствии с международными правилами. Создание банка электронных паспортов товаров позволило расширить сферу его применения. Работа выполнена Центром идентификационных систем Национальной академии наук Беларуси.

В информационных целях в Беларуси создан банк электронных паспортов товаров. В описание продукта может входить более 250 параметров, в зависимости от целей производителя. На внутреннем рынке используется более 10 параметров, описывающих название, весовые характеристики, условия хранения и транспортировки.

Система помогает продвигать белорусские товары на внешние рынки. Сегодня белорусская часть банка идентификационных номеров и штрих-кодов содержит информацию о более чем 2200 субъектах хозяйствования и более чем 800000 товаров соответственно.

Идентификация продукта также применяется к сельскохозяйственной продукции. В Республике Беларусь реализуется проект по идентификации крупного рогатого скота, который охватывает все регионы.

Автоматизированная информационная система идентификации, регистрации, отслеживания животных и продуктов животного происхождения разработана в соответствии с комплексом мероприятий по созданию и внедрению в Республике Беларусь автоматизированной информационной системы идентификации и регистрации, отслеживания животных и животных. продукты животного происхождения.

Кроме того, высокие требования безопасности к животным и животноводческой продукции в Европейском Союзе фактически являются дополнительным механизмом защиты европейского рынка от товаров, поступающих за его пределы. Чтобы в полной мере реализовать экспортный потенциал белорусских предприятий, Республика Беларусь должна иметь национальную систему идентификации и отслеживания животных, признанную в Европейском Союзе.

В то же время система отслеживания скота является важной, но только частью национальной системы отслеживания животных и обеспечивает контроль над домашними животными, регистрируя все важные события в их жизни, такие как рождение, маркировка, вакцинация, перемещение, убой.

Информационная система состоит из трех взаимосвязанных подсистем (<http://airc.by/instr.html>):

- идентификация, регистрация и отслеживание животных (подсистема «АITS - Идентификация животных»);
- идентификация, регистрация и отслеживаемость продуктов животного происхождения (подсистема «АITS - Traceability»);
- обеспечение ветеринарной безопасности пищевых продуктов (подсистема «АИТС - Ветеринарная безопасность»).

Отечественная аграрная наука и практика сельского хозяйства, сельхозмашиностроение должны учитывать мировые тенденции и достижения в цифровизации сельского хозяйства, целью которых является снижение удельных энергозатрат на производство агропродукции и его издержек.

Литература.

1. Об утверждении Концепции развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 года / КонсультантПлюс. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21701024> (дата доступа: 20.10.2020)
2. Курочкин, Д. В. Логистика: курс лекций. Минск: Амалфея, 2017. 492 с.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Коваль І. О., здобувач вищої освіти-магістрант 2 року навчання,
irinkov98@gmail.com*

*Науковий керівник: Федотова І. В., к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах невизначеності зовнішнього середовища підприємцям все важче вчасно зорієнтуватися та обрати найліпший стратегічний напрям забезпечення стійкості підприємства. Поряд із тим необхідно використовувати прогнозування, аби передбачити розвиток подій у майбутньому. Визначивши рівень стійкості підприємства, приблизну траєкторію її руху, мету та можливості із врахуванням стану зовнішнього середовища, постає необхідність в розробці стратегії підтримання життєздатності та стійкості підприємства.

Стратегія – це генеральний напрямок розвитку підприємства, який забезпечує узгодження його цілей і можливостей та інтересів усіх суб'єктів; ефективна ділова концепція досягнення конкурентних переваг підприємством; план дій, що визначає пріоритети розв'язання проблем і ресурси для досягнення основної мети.

Щоб сформулювати загальну стратегію забезпечення стійкості, необхідно спочатку обрати стратегії до кожного напрямку діяльності підприємства. Тобто кожна з підсистем (маркетингова, фінансова, виробнича, кадрова, екологічна, техніко-технологічна, економічна, інвестиційно-інноваційна) має бути забезпечена обраною для неї стратегією. В науковому просторі існує чимало інструментів забезпечення стійкості, так звані стратегічні альтернативи.

Стратегічні альтернативи - набір різних приватних стратегій, що дозволяють досягти стратегічні цілі організації, у всьому їх різноманітті, в рамках обраної базової стратегії і обмежень на використання наявних ресурсів [1]. Кожна альтернатива характеризується можливостями і обмеженнями і має певний результат. Від результатів вибору стратегії залежить те, наскільки успішною буде діяльність