

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

апреля 2020 г.

В пяти томах

Том 3

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2020

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие
И73 Дальневосточного региона России и стран АТР : материалы XXII междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, апреля 2020 г.) : в 5 т. Т. 3 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2020. – 380 с.**

ISBN 978-5-9736-
ISBN 978-5-9736- (Т. 3)

Включены материалы XXII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, апреля 2020 г.).

Том 3 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Проблемы формирования и развития современного потребительского рынка.
- Тенденции и перспективы развития маркетинга и логистики в коммерческой деятельности
- Теоретические и методические подходы к управлению логистическими процессами на предприятии.
- Методы и алгоритмы решения задач в бизнес-информатике.
- Электронные технологии и системы.
- Информационные технологии: теория и практика.
- Актуальные вопросы безопасности и сервиса автомобильного транспорта.
- Организация транспортных процессов.
- Инноватика на транспорте.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

ISBN 978-5-9736-
ISBN 978-5-9736- (Т. 3)

© ФГБОУ ВО «Владивостокский
государственный университет экономики
и сервиса», оформление, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	7
<i>Большаков В.С.</i> Исследование соответствия ассортимента потребительским предпочтениям на рынке овощных консервов г. Владивостока.....	7
<i>Быковская А.А., Степулёва Л.Ф.</i> Исследование современного обувного рынка в Приморском крае.....	11
<i>Мешикова А.А., Сулейманова В.И.</i> Управление сбытом в системе управление предприятием.....	14
<i>Нестуля В.К.</i> Исследование потребительских предпочтений в выборе мясных консервов на рынке г. Владивостока	18
<i>Рудзик А.Р., Андрощук Д.С.</i> Основные мотивы совершения покупки как фактор построения успешного бренда	22
<i>Трапезникова Е.М., Смольянинова Е.Н.</i> Методологические подходы к совершенствованию системы менеджмента качества торговых предприятий	25
<i>Федина А.А.</i> Зоны свободной торговли для международной коммерческой деятельности.....	29
Секция. ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	34
<i>Головкин К.А., Лайчук О.В.</i> Анализ транспортно-логистических процессов на предприятии на примере ООО «Эни Шип Лоджистикс», г. Владивосток	34
<i>Голоколосова Л.А., Байлов А.В., Семенова О.Н.</i> Роль партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций	38
<i>Крюкова Ю.В., Прохоров М.В.</i> Маркетингово-логистическая деятельность предприятия.....	41
<i>Мартынюк М.Д., Ильиных Ю.Е.</i> Перспективы развития транспортно-логистической сферы в условиях внешнеэкономической обстановки региона на примере предприятия «FESCO»	45
<i>Пяткова П.Т., Смольянинова Е.Н.</i> Анализ логистической деятельности предприятия на примере ООО «Прим лоджистикс», г. Владивосток.....	50
<i>Чернявин А.А., Мартышенко Н.С.</i> Исследование покупательского спроса в сети Интернет в молодежной среде.....	53
Секция. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	59
<i>Коваль А.И., Лайчук О.В.</i> Методологические аспекты оценки экономической эффективности транспортно-логистических процессов компании.....	59
<i>Коротенко М.Ю.</i> Совершенствование системы обучения персонала логистической компании.....	62
<i>Кочеткова А.С.</i> Логистическая оптимизация закупочной деятельности предприятия	65
<i>Мегей Е.С., Исаев А.А.</i> Основные и сопутствующие факторы конкурентоспособности интегрированного продукта судоходной компании	70
<i>Моисеева Е.В., Белозерцева Н.П.</i> Организация интегрированного взаимодействия морского и железнодорожного транспорта в мультимодальных перевозках.....	75
<i>Погодина С.И.</i> Оценка влияния фактора коронавируса на транспортно-логистическую систему доставки продовольственных товаров и сырья из КНР в Приморский край.....	78
<i>Себедаш И.А., Смольянинова Е.Н.</i> Формирование понятийного аппарата логистической деятельности при пересечении товаров таможенной границы Евразийского экономического союза	83
<i>Сокуренок В.А., Исаев А.А.</i> Анализ методических подходов к оценке конкурентоспособности продукции.....	87
<i>Тропина К.Р.</i> Проблема выбора склада в деятельности торгового предприятия.....	92
<i>Чуксина В.А., Смольянинова Е.Н.</i> Функциональное поле современных технологий в таможенной логистике	95
<i>Шпаковская В.О.</i> Повышение конкурентоспособности компании на основе совершенствования логистической системы.....	99

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

В.О. Шпаковская
магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Повышение эффективности логистики торговых предприятий с помощью информационных технологий становится одной из основных задач и возможностей повышения конкурентоспособности любого бизнеса. Активное внедрение новых информационно-технологических решений становится одним из главных трендов для современных торговых предприятий. В данной статье проанализированы логистические инновации, являющиеся, инновациями управленческого типа, которые можно отнести к инновациям бизнес-процессов, направленных на повышение конкурентоспособности.

Ключевые слова и словосочетания: конкурентоспособность, логистика, инновации, информационно-технологические решения.

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY BY IMPROVING THE LOGISTICS SYSTEM

Improving the logistics efficiency of trade enterprises using information technology is becoming one of the main tasks and opportunities to increase the competitiveness of any business. Active introduction of new information technology solutions is becoming one of the main trends for modern trading enterprises. In this article, we have analyzed logistic innovations, which are primarily innovations of a managerial type, which, if necessary, determine the emergence of technological innovations, can be attributed to business process innovations aimed at increasing competitiveness.

Keywords: competitiveness, logistics, innovations, information technology solutions.

Актуальность. В настоящее время по опросам руководителей бизнеса по внедрению цифровых технологий в FMCG (от английского fast moving consumer goods – быстро оборачиваемые потребительские товары) и ритейле отделы логистики стоят на 3-ем месте (так считает 61% опрошенных), уступая отделам маркетинга (69%) и финансовым отделам (65%). Это свидетельствует о том, что они готовы адаптироваться к изменениям, происходящим на рынке, и изменяться в зависимости от потребительских предпочтений. Логистика содействует преуспеванию организации, снабжая потребителей продуктами своевременно и в точном соответствии с запросами. Разрабатывая логистическую стратегию фирмы, очень важно хорошо представлять развитие сервисных возможностей и правильно оценивать особенности конкурентоспособности.

Цель данной работы: проанализировать логистические инновации, являющиеся, в первую очередь, инновациями управленческого типа, которые можно отнести к инновациям бизнес-процессов, направленных на повышение конкурентоспособности.

Логистическая инфраструктура призвана обеспечивать непрерывность процесса перемещения материальных ресурсов во времени и пространстве. Обеспечению непрерывности процесса перемещения материальных ресурсов во времени способствует развитие складского хозяйства и развитая сеть торговых посредников (как оптовых, так и розничных). Непрерывность процесса перемещения материальных ресурсов в пространстве обеспечивает развитая транспортная инфраструктура. Общие условия товарного обращения обеспечиваются системой информационно-коммуникационного обслуживания, финансово-расчетного и страхового обеспечения [5].

Повышение эффективности логистики торговых предприятий с помощью информационных технологий становится одной из основных задач и возможностей повышения конкурентоспособности любого бизнеса. Активное внедрение новых информационно-технологических решений становится одним из главных трендов для современных торговых предприятий. В то же время следить за инновационным развитием и соответствовать тенденциям заставляет необходимость соответствия меняющимся возможностям поставщиков и потребностям клиентов [3].

Логистические инновации, при необходимости, обуславливают появление технологических инноваций, которые так же способствуют повышению конкурентоспособности предприятия [6].

В условиях Четвёртой Промышленной революции основные направления логистических инноваций тесно связаны с информатизацией и цифровизацией. Как показывают исследования по цифровой глобализации, за последние годы потоки физических товаров и финансов уменьшились по сравнению с потоками данных и информации. По мере развития цифровых информационных продуктов снижается стоимость трансграничных коммуникаций и транзакций, что позволяет предприятиям поддерживать постоянные контакты с поставщиками и потребителями вне зависимости от расстояния. Цифровые платформы взаимодействия контрагентов в цепи поставок своим появлением снизили барьеры для входа на рынки, предоставив возможность предприятиям малого и среднего бизнеса конкурировать на международном уровне. Однако, без применения цифровых средств логистики, конкурентоспособность становится невозможной.

Автоматизировать логистику торговых предприятий позволяет внедрение комплексных ERP-систем (Enterprise Resource Planning). Это корпоративные информационные системы, используемые для управления ресурсами предприятия, предназначенные для принятия оперативных управленческих решений на основе получаемой информации. Основная ценность таких систем заключается в комплексном охвате важнейших бизнес-процессов (в том числе логистических) торговых предприятий в едином информационном пространстве.

Логистические информационные системы являются частью корпоративных информационных систем и позволяют решать, оптимизировать, автоматизировать задачи, связанные с планированием и управлением логистикой предприятия. В частности, к логистическим информационным системам можно отнести Системы управления складом (Warehouse Management System – WMS) и Системы управления транспортом (Transportation Management System – TMS) [8].

Такие системы позволяют осуществлять управление складом, ресурсами, параметрами товарной номенклатуры, планирование складских операций, а также применять различные методики хранения и обработки грузов. Системы управления складом позволяют управлять складской логистикой в различных технологических процессах (приём и обработка товара, внутреннее перемещение и перераспределение, отгрузка товара) в режиме реального времени.

Посредством автоматизации склада достигаются необходимые показатели эффективности логистики – высокая оборачиваемость склада, сокращение времени комплектации партий товара и их отгрузки потребителям.

TMS-системы – системы, позволяющие рассчитать стоимость перевозки различными видами транспорта с учётом при необходимости таможенных затрат, содержащие данные о перевозках различными видами транспорта и о погрузочно-разгрузочных работах, отслеживающие сроки перевозок. Кроме того, системы позволяют отслеживать местонахождение груза в режиме реального времени. Системы управления транспортом являются одной из составных частей систем Управления цепями поставок (Supply Chain Management).

В свою очередь, информационные системы управления цепями поставок автоматизируют, позволяют осуществлять контроль и управлять всеми этапами логистического цикла предприятия. Информационные технологии в логистике можно рассмотреть с точки зрения их использования в рамках этапов логистического цикла торгового предприятия. Таким образом, изна-

чально – на этапе логистики снабжения – торговые предприятия могут использовать системы управления взаимоотношениями с поставщиками (Supplier Relationship Management – SRM) [2].

Информационные системы такого типа направлены на решение задач стратегического выбора поставщиков, выбора новых видов закупаемой продукции, реализации всего цикла закупочной деятельности, в том числе с использованием электронных торговых площадок. К тому же они позволяют оперативно анализировать и оценивать деятельность контрагентов. Интегрированные предложения для автоматизации логистических процессов «от закупки до оплаты» товаров и услуг ориентированы на оптимизацию бизнес-процессов и снижение совокупных затрат, связанных с материально-техническим снабжением и закупкой услуг торговыми предприятиями.

Объединяя в себе возможности для анализа, оценки и ранжирования поставщиков, консолидации потребностей в закупках, выстраивания стратегии и прогнозов эффективности взаимодействия с поставщиками через традиционные и электронные каналы, SRM-системы помогают выявить оптимальных партнеров, наиболее соответствующих требованиям торговых предприятий. Чтобы увеличить товароборот и обеспечить получение прибыли на постоянной основе, торговым предприятиям необходимо иметь сбалансированную систему управления расходами на снабжение. Сокращение затрат на приобретение товаров и услуг позволит повысить рентабельность.

В Российской Федерации под системами управления взаимоотношениями с поставщиками, как правило, подразумевают всё, что связано с автоматизацией закупочной деятельности – от планирования потребностей и аттестации поставщиков до непосредственной поставки и контроля исполнения договоров.

Также сюда можно включить проведение тендеров и запросов коммерческой информации на электронной торговой площадке (ЭТП), оперативный мониторинг, аналитику и другие процессы.

На этапах внутримагазинной логистики и логистики обслуживания торговые предприятия могут использовать информационные системы планирования продаж и операционной деятельности (Sales and Operation Planning – S&OP), системы управления эффективностью продаж (Sales Performance Management – SPM), системы управления продажами (Sales Force Management System – SFMS), в том числе системы автоматизации продаж (Sales Force Automation – SFA), системы управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management – CRM), системы управления очередями [4].

Кроме того, предпринимается комплекс мероприятий по внедрению в торговый процесс высокотехнологичного оборудования и программного обеспечения с целью повышения эффективности логистических процессов внутри торгового предприятия и качества обслуживания.

К программному обеспечению таких мероприятий можно отнести: систему управления торговым предприятием (бэк-офис), системы управления торговым залом (фронт-офис), кассовые программы для управления POS-системами (Point of Sale), кассовые серверы для управления кассовым узлом из нескольких POS-систем и пр. S&OP-системы позволяют решать задачи оперативного и стратегического управления, осуществлять стратегическое планирование цепочек поставок (разрабатывать планы поставок, моделировать возникновение различных ситуаций, оценивать выполнение логистических операций и процессов, сравнивать плановые и текущие показатели) [2].

Данные системы основываются на оценках потребности рынка в той или иной продукции, а также на логистических возможностях и ограничениях поставщиков продукции. SPM-системы позволяют планировать продажи для всего торгового предприятия и его подразделений, выравнять планы продаж, составлять мотивационные схемы для сотрудников и анализировать эффективность их работы.

К системам управления продажами (SFMS) относятся информационные технологии, способные автоматизировать процесс продажи с целью повышения конкурентоспособности в различных сферах бизнеса.

Автоматизацией текущих операций занимается класс систем, условно называемых SFA (Sales Force Automation System) или SFM (Sales Force Management System). В мировой практике система SFA обычно поставляется как составная часть CRM-системы

SFA-системы осуществляют автоматическую регистрацию всех этапов продаж компании, включают в себя систему выявления потенциальных клиентов, систему отслеживания контактов с существующими клиентами. К функциям таких систем относятся прогнозирование продаж, управление заказами, ознакомление с продукцией и пр. Наиболее развитые SFA-системы предоставляют клиенту возможность в режиме реального времени смоделировать продукт, удовлетворяющий его потребности.

CRM-системы представляют собой корпоративные информационные системы, предназначенные в основном для установления, поддержания и развития взаимоотношений с клиентами. Как следствие, совершенствуется уровень обслуживания и увеличивается количество продаж. CRM-системы охватывают три функциональные области: автоматизация деятельности службы поддержки и обслуживания клиентов (Customer Service & Support – CSS), автоматизация деятельности продавцов (SFA) и автоматизация маркетинга (Marketing Automation – MA). По оценкам специалистов, сфера торговли занимает первое место по внедрению CRM-проектов [5].

Спутниковые технологии, в том числе спутниковые системы связи, системы определения координат (Global Positioning System – GPS, ГЛОНАСС) и другие, позволяют торговым предприятиям более эффективно взаимодействовать с поставщиками, потребителями и другими контрагентами, быть более гибкими за счёт своевременной реакции на происходящие изменения. Существует множество спутниковых систем широкого спектра действия, основанных на различных технологиях. Глобальные спутниковые системы связи (ГССС), как правило, являются мультисервисными. Обобщенный принцип работы для всех систем можно описать в несколько этапов:

1. Спутник принимает сигнал абонента;
2. Спутник транслирует принятый сигнал на ближайшую наземную станцию сопряжения;
3. Наземная станция сопряжения авторизует и маршрутизирует его по наземным сетям либо по спутниковому каналу до пункта назначения [6].

Пунктом назначения быть абонент этой же или любой другой спутниковой сети, сотовых сетей, телефонной сети общего пользования и пр. Между собой такие системы отличаются размерами и стоимостью абонентских терминалов, стоимостью трафика, зоной покрытия и техническими особенностями построения самой системы (например, некоторые системы используют геостационарные спутники, а некоторые – низкоорбитальные). Системы определения координат позволяют с высокой точностью определить местоположение, направление и скорость перемещения объекта.

ГЛОНАСС – российская система определения координат, полностью аналогична американской системе GPS. Орбитальная группировка также состоит из 24 спутников, размещенных в трёх орбитальных плоскостях, развёрнутых друг относительно друга на 120 градусов. Принцип работы идентичен GPS. Спутниковые охранные комплексы, основанные на технологии GPS, применяются торговыми предприятиями, чтобы следить за безопасностью груза, находящегося в пути. В данном случае классическая многоуровневая охранный система транспортного средства дополняется каналом связи и системой определения координат с помощью как классических методов радиолокации, так и на основе GPS [3].

Итак, цифровизация в самое ближайшее время станет основным приоритетом развития логистических процессов компаний Российской Федерации; она даст возможность более оперативно действовать на рынке в зависимости от возможностей поставщиков, поможет повысить лояльность потребителей, сократить издержки и проявить новые конкурентоспособности предприятий. Уже сегодня во многих компаниях трансформируются процессы и структуры, идёт перераспределение ролей и обязанностей. Всё это приводит к появлению новых механизмов принятия решений и измерения эффективности, меняется корпоративная культура, внедряются принципы гибкого управления, проводятся операционные изменения для достижения большей адаптивности. Для этого внедряются корпоративные информационные системы управления данными, объединяющие не только все подразделения организации, но и интегрированные с базами данных контрагентов.

1. Digital globalization: The new era of global flows / McKinsey Global Institute, March 2016; Globalization in transition: The future of trade and value chains / McKinsey Global Institute, January 2019.

2. OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg [Электронный ресурс]. – URL: <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en> (Дата обращения: 24.04.2020).

3. Иванова Д.П. Программно-целевой подход к управлению логистическими инновациями на предприятии: дис канд. экон. наук: 08.00.05. – Санкт-Петербург, 2017. – 222 с.

4. Крылова А. Н. Необходимость использования инновационных технологий в сфере закупочной логистики // Экономика, бизнес, инновации. – 2019. – С. 105-109.

5. Лобанова Т. М., Нестерович Д. А., Журавлёва В. Е. Использование корпоративных информационных систем в логистике // Современная экономика и ее информационное обеспечение: состояние, проблемы и перспективы развития. – 2019. – С. 440-443.

6. Логистическая информационная система [Электронный ресурс]. – URL: http://www.tadviser.ru/index.php/Логистическая_информационная_система (дата обращения – 24.04.2020).

7. Сергеев В., Эльяшевич И. Логистика снабжения: учебник для вузов. – 4-е изд., пер. и доп. – Москва: Litres, 2020. – 520 с.

8. Шваб К. Дэвис Н. Технологии Четвёртой промышленной революции: [перевод с английского]. – Москва: Эксмо, 2018. – 320 с.; Шваб К. Четвёртая промышленная революция: перевод с английского. – Москва: Эксмо, 2017. – 208 с.