

рекламу различных стран. Также ещё одним вариантом рекламы на ТВ может быть реклама на русском телевидении. Такая реклама поможет привлечь не только русских, но и русскоговорящих европейцев, ведь многие из них смотрят русское ТВ. Одним из главных плюсов для них будет отсутствие языкового барьера.)

6. Наружная реклама. (Наружная реклама в других странах и городах также может быть эффективна. Это можно увидеть на примере Грузии или Турции. Красивые, как у Грузии, баннеры так и манили посетить данную страну. И во многих случаях подобные рекламы сыграли большую роль при планировании туристических поездок.)

Для продвижения Брестского региона как места для туризма необходимо провести большую работу. Правильно найти и оценить свою ЦА, разработать идею города, изменить отношение к данному региону, а кого-то и вовсе познакомить с ним.

У Беларуси, а именно Бреста и Брестской области в целом есть что показать туристу. Осталось лишь сделать правильное позиционирование и продвижение.

Литература

1. TOHOLOGY: Tourism&Hospitality [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwto-statistika-mezhdunarodnyh-poezdok>. – Дата доступа: 19.11.2020.

2. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism // World Tourism Organisation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-oninternational-tourism>. – Дата доступа: 19.11.2020.

3. Белорусское телеграфное агенство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/dolja-turizma-v-vvp-belarusi-mozhet-vyrasti-v-pjat-raz-makej-353468-2019/>. – Дата доступа: 19.11.2020.

4. TheVillage – городской интернет-сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.the-village.ru/city/situation/123549-breeding-gorodov-intervyu>. – Дата доступа: 19.11.2020.

УДК 658.7.01

Г.Г. Бережная
БрГТУ, Брест, РБ

G.G. Berezhnaya
BrSTU, Brest, RB

ПОНЯТИЕ И СПЕЦИФИКА ЦЕПИ ПОСТАВОК В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

CONCEPT AND SPECIFICITY OF A SUPPLY CHAIN IN CONSTRUCTION

В статье представлены понятие и концепция цепи поставок в строительстве. Основная цель заключалась в выявлении специфики цепи поставок в строительстве, которые могут препятствовать укреплению межорганизационных связей и интеграции в цепи поставок.

The article presents the concept and concept of the supply chain in construction. The main goal was to identify the specifics of the supply chain in construction, which may impede the strengthening of interorganizational ties and integration in the supply chain.

Введение. Управление цепями поставок (SCM) стало предметом интереса исследователей в последние десятилетия. Многие экономисты указывают на то, что в основе концепции управления цепью поставок лежит убеждение, что несогласованность, индивидуальные действия предприятий по рационализации потоков ведут к снижению ее устойчивости, и как следствие, снижению эффективности. Таким образом, возникает необходимость в совместных действиях компаний, составляющих цепь поставок. Значительную роль в управлении цепями поставок играет формирование правильных отношений между ее звеньями, так как неправильные отношения между любыми двумя звеньями в цепи поставок могут иметь катастрофические последствия для всех ее участников. Управление цепью поставок как

«активное управление – это деятельность, осуществляемая в рамках цепи поставок, и отношения между ее отдельными звеньями с целью максимизации ценности для клиента и достижения устойчивого конкурентного преимущества [3]. Сравнимое определение дано Д. Шехтером, Г. Сандером, которые определяют управление цепью поставок как «комплексное управление сетью партнеров и отношениями между ними» [2]. Так же некоторые зарубежные авторы представляют управление цепью поставок как «управление отношениями с поставщиками и потребителями, с целью создания как можно большей добавленной стоимости для конечного потребителя, минимизируя возможные затраты на управление всей цепью поставок».

Строительный сектор воспринимается как сектор, где реализация концепции управления цепью поставок идет медленнее, чем в других секторах экономики, являясь более сложной и значимой.

Особенности цепи поставок в строительстве. В англоязычной литературе они обозначены как отдельный термин – Construction Supply Chain (CSC). По мнению Д. В. Курочкина, цепь поставок в строительстве охватывает все строительные процессы, начиная с запроса заказчика, проектирования, строительства, технического обслуживания, ремонта и возможного сноса объекта, а также все организации, участвующие в реализации этих процессов, т.е. заказчик / инвестор, проектировщик, генеральный подрядчик, субподрядчики, поставщики [1]. Термин, который лучше всего описывает отношения между упомянутыми объектами – это «сеть».

Сеть, состоящая из нескольких цепей поставок. В такой сети можно различать вертикальные и горизонтальные связи. Вертикальные связи – это отношения возникающие в вертикальной плоскости (отношения поставщик-получатель), горизонтальная плоскость – горизонтальные связи. Примером горизонтальных связей являются консорциумы. Консорциум – это два или более трейдера, которые заключают договор на совместную реализацию проекта. Сохраняя свою независимость, они несут солидарную ответственность за выполнение контракта. Например, небольшие компании объединяют свои силы (знания, ресурсы), чтобы выступить генеральным подрядчиком.

Можно разделить цепь поставок в строительстве на три основные подсистемы:

- производство строительных элементов и материалов;
- структура – подсистема, непосредственно связанная с производством конечного продукта;
- проектирование, определяющее функцию, форму и структуру строительного объекта или конструкции, подробные чертежи и спецификации для каждой части.

Исходя из этого деления можно сформулировать виды цепей поставок в строительстве:

- цепь поставок с преобладанием поставщика – производители строительных материалов подписывают с клиентом договор на производство сборных элементов и сборку строительных конструкций;
- цепь поставок с преобладанием подрядчика – инвестор подписывает договор с подрядчиком, который отвечает за проект и на этапе строительства, и на этапе проектирования;
- цепь поставок с преобладанием проектировщиков – проектировщик имеет право выбирать материалы, поставщиков и подрядчиков и несет ответственность перед клиентом за структуру и функционирование цепи поставки и конечный результат проекта.

Концепция управления цепью поставок в строительстве. Управление цепочкой поставок в строительстве (Construction Supply Chain Management, CSCM) определяют как управление потоком информации, материалов и денежных средств вообще, так и этапами разработки строительного проекта. Так же управление цепью поставок в строительстве – это согласование межорганизационных решений, принимаемых в рамках цепи поставок, интеграция ключевых бизнес-процессов и участников цепи поставок – все это ложится в основу философии управления, выходящей за рамки традиционной деятельности внутри организации и объединяющей партнеров для достижения общей цели, заключающейся в повышении операционной эффективности. Сущность управления цепью поставок раскрывается через описание ключевых бизнес-процессов, включая управление проектами,

управление обслуживанием клиентов, управление взаимоотношениями с поставщиками, выполнение заказов, управление спросом, управление производительностью строительства, экологический менеджмент, а также исследования и разработки (рис. 1).

Поток информации				
Требование	Проект	Строительство		Окончательный продукт
Заказчик / инвестор	Проектировщик	Поставщик I	Главный подрядчик	Клиент / инвестор
		Поставщик II	Субподрядчики	
Бизнес-процессы в цепи поставок	Управление проектом			
	Управление обслуживанием клиентов			
	Управление отношениями с поставщиками			
	Управление спросом			
	Выполнение заказа			
	Управление строительными работами			
	Экологический менеджмент			
	Исследования и разработки			

Рисунок 1 – Концепция CSCM

Целью управления цепью поставок в строительстве является увеличение добавленной стоимости всеми звеньями цепи к продукту, ожидаемому клиентом, благодаря повышению эффективности и результативности отдельных участников цепи поставок и цепи поставок в целом.

Существует четыре основных уровня управления цепью поставок в строительстве:

1. Концентрация на влиянии цепи поставок на деятельность, осуществляемую на строительной площадке. Главная цель – минимизировать стоимость и продолжительность работ на строительной площадке и обеспечение беспрепятственного потока материалов и рабочей силы на строительный объект. Этой цели можно достичь, сосредоточив внимание, прежде всего, на взаимоотношениях с крупными поставщиками. Такой подход используется главным образом главным подрядчиком.

2. Концентрация на самой цепи поставок, чтобы сократить расходы, особенно логистические. Такой подход может быть реализован в первую очередь всеми поставщиками материалов и комплектующих.

3. Концентрация на переносе деятельности со строительной площадки на более ранние этапы цепи поставок. Обоснованием этого подхода может быть готовность избежать сложных условий на строительной площадке, где многие виды деятельности должны выполняться параллельно. Целью является снижение стоимости и продолжительности работ на объекте. Подход может быть инициирован поставщиками и подрядчиками.

4. Комплексный подход к управлению цепью поставок и деятельностью на строительной площадке (деятельность на строительной площадке включается в цепь поставок). Подход может быть внедрен по инициативе заказчиков, поставщиков и подрядчиков.

Данные подходы к уровням управления могут быть использованы как отдельно, так и в комплексе по решению участников цепи поставок. По мнению автора, в большинстве случаев наибольшее влияние на потоки, материалы, информацию и денежные средства в цепях поставок строительства оказывает генеральный подрядчик. Очень часто именно он также оказывает наибольшее влияние на конфигурацию цепи поставок – выбор субподрядчиков и поставщиков, материалов и услуг. Поскольку генеральному подрядчику приходится полагаться на наемную рабочую силу и закупленные материалы, трудно найти решение, которое принесет пользу всем участникам цепи поставок и позволит процессу строительства идти в соответствии со сметой и графиком.

Вывод. Концепция управления цепью поставок подчеркивает необходимость: увеличения добавленной стоимости всех звеньев цепи к продукту, ожидаемому покупателем; интеграции и координации внутренних процессов предприятий и их взаимоотношений, а также необходимость выстраивания экономических отношений на основе доверия с целью достижения синергетического эффекта и как следствие конкурентного преимущества.

Концепция управления цепью поставок в строительстве, особенно в Республике Беларусь, однако не очень популярна. При этом реализация строительных вложений в большинстве случаев обусловлена их размерами и сложностью и требует участия и сотрудничества многих субъектов, так как до 90% строительных работ можно передать на субподряд. Поэтому сотрудничество в строительном секторе имеет важное значение, и, как было показано в статье, в связи со спецификой построения цепей поставок, построения межорганизационного доверия и достижения получаемых выгод интеграции в цепи поставок в строительстве особенно трудна.

Литература

1. Курочкин, Д.В. Логистика и управление цепями поставок : практическое пособие / Д.В. Курочкин. – Минск : Альфа-книга, 2016. – 783 с.
2. Шехтер, Д. Логистика. Искусство управления цепочками поставок : пер. с англ. / Д. Шехтер, Г. Сандер. – Москва : Претекст, 2008. - 230 с.
3. Щербаков, В.В. Логистика и управление цепями поставок: учебник / В.В. Щербаков [и др.]. – Москва: Юрайт, 2015. – 581 с.

УДК 658.528

А.А. Букач, Г.Г. Бережная
БрГТУ, Брест, РБ

A.A. Bukach, G.G. Berezhnaya
BSTU, Brest, RB

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ COVID-19

BUSINESS DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS IN THE CONTEXT OF COVID-19

В данной статье представлены понятие и концепция идеи развития предприятий в Instagram. Основная цель заключалась в поиске возможного решения выхода предприятий в online в условиях COVID-19.

This article presents the concepts of the business development on Instagram. The main goal was to find a possible solution for enterprises to go online in the context of COVID-19.

Весной 2020 года закрывались или фактически не работали некоторые развлекательные учреждения, предприятия, зоны общественного питания, что привело к уменьшению платежей в бюджет. Торговые центры в Республике Беларусь теряли до 70-80% выручки.

Марина Сидоренко, экономист Всемирного банка: «Экономика Беларуси испытывает негативное воздействие, вызванное сочетанием нескольких факторов: пандемия COVID-19, продолжающееся снижение деловой активности в странах – основных торговых партнерах и шок цен на мировых товарных рынках. Последствия для страны, как ожидается, будут временными, но тяжелыми – рецессия по итогам 2020 года неминуема».

Статистические опросы подтверждают происходящее падение по следующим отраслям:

- туризм и массовые мероприятия – 95-98%;
- медицинские услуги – до 90%;
- рестораны, кафе, игорные клубы – 50-80%;
- спортивные и частные образовательные учреждения – 40-60%;
- недвижимость, продажи авто и других товаров – 20%;