

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кузнецов, А. В. (2020). Нейросети в логистике: Применение и перспективы. Журнал "Логистика", 5(2), – С. 45–52.
2. Петрова, Е. А. (2021). Искусственный интеллект: новые горизонты. Журнал "Современные технологии", 3(1), – С. 12–18.
3. Сидоров, И. Н., Смирнова, О. В. (2022). Автоматизация процессов с использованием нейронных сетей. Труды конференции "Инновации в бизнесе", 1(4), – С. 98–105.

Научный руководитель – Кобринский Григорий Ефимович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой организации и технологии почтовой связи, УО «Белорусская государственная академия связи», Минск, Беларусь. E-mail: grko25@mail.ru

В.В. ДУНЯК

ИННОВАЦИИ В ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ, СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Учреждение образования «Белорусская государственная академия связи», г. Минск, Республика Беларусь, студент

Инновация (нововведение, инновационный продукт) есть результат инновационной деятельности, получивший практическую реализацию в виде нового товара, услуги, способа производства (технологии) или иного общественно-полезного результата.

Классификация инноваций:

1. По технологическим параметрам различают:
 - продуктовые инновации – использование новых материалов, получение принципиально новых продуктов;
 - процессные инновации – технико-технологические, организационно-управленческие новшества, снижающие себестоимость, повышающие эффективность и качество нового или существующего продукта.
 2. По степени новизны инновации подразделяются:
 - на принципиально новые, т.е. не имеющие аналогов в прошлом и в отечественной и зарубежной практике;
 - новшества относительной новизны.
 3. По своей научно-технической значимости и новизне выделяют:
 - базисные инновации, которые реализуют крупные научно-технические разработки и становятся основой формирования технологий нового поколения, не имеющих аналогов в отечественной и мировой практике;
 - улучшающие инновации, реализующие мелкие и средние изобретения, усовершенствующие технологию изготовления и/или технические характеристики уже известных товаров;
 - псевдоинновации, направленные на частичные, чаще декоративного характера (форма, цвет), изменения устаревших поколений, а также расширение номенклатуры продукции за счет освоения производства, не выпускавшихся ранее в данной организации, но уже известных на рынке продуктов.
- Внедрение инновационных технологий в РУП «Белпочта»

В последние годы почтовая связь в Беларуси, представляемая РУП «Белпочта», активно развивает свои услуги, стремясь соответствовать современным требованиям и ожиданиям пользователей. Внедрение инновационных технологий, таких как проект "Мобильный почталъон", который позволяет расширить доступность услуг через интернет. Эта система способствует предоставлению более удобных и современных услуг, что отвечает запросам пользователей, особенно молодежной аудитории, которая предпочитает цифровые платформы для взаимодействия с государственными учреждениями и бизнесом. Этот проект, в частности, способствует развитию интернет-услуг, что является важным шагом в условиях растущей популярности онлайн-коммерции и цифровых технологий. Так же, была внедрена инновационная технология QR-box. Посредством QR box для последующей пересылки по территории Республики Беларусь принимаются посылки, предварительно оформленные в личном кабинете на сайте или в мобильном приложении РУП «Белпочта». Данная технология упрощает работу специалистов почтовой связи, а также уменьшает время обработки почтовых отправлений.

Зарубежный опыт

Deutsche Post является одним из ведущих международных операторов, который внедрил инновационные технологии, опираясь на защиту экологии и безопасности пользователей почтовой связи. Например:

1. Smart Postbox
 - Умные почтовые ящики, которые уведомляют пользователей о поступлении писем и посылок.
2. DHL Packstation
 - Автоматизированные терминалы для получения и отправки посылок, доступные 24/7.
3. Экологическая доставка
 - Использование электромобилей и велосипедов для сокращения углеродного следа.
4. Мобильные приложения
 - Приложения для отслеживания доставки, управления почтовыми отправлениями и получения уведомлений.
5. Разработка дронов
 - Исследования и тестирование дронов для быстрой и эффективной доставки на труднодоступные маршруты.
6. Искусственный интеллект
 - Внедрение AI для оптимизации логистики и прогнозирования потребностей клиентов.

Заключение

В заключение, можно сказать, что почтовая связь в Республике Беларусь находится на пороге значительных изменений. Внедрение инновационных технологий, активное участие в международных мероприятиях и стремление к модернизации создают все условия для того, чтобы почтовые услуги стали более качественными и доступными для населения. Однако для достижения поставленных целей необходимо преодолеть существующие вызовы и активно работать над улучшением инфраструктуры и повышения квалификации кадров. Только комплексный подход и сотрудничество всех заинтересованных сторон смогут обеспечить успешное развитие почтовой связи в стране в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. РУП «Белпочта» [Электронный ресурс]. – 2025. – Режим доступа : <https://belpost.by/>. – Дата доступа : 03.04.2025.
2. Андрейчиков, А. В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях : системный анализ и принятие решений / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Вуз. учебник : ИНФРА-М, 2013. – 394 с.

Научный руководитель – Кобринский Григорий Ефимович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой организации и технологии почтовой связи, УО «Белорусская государственная академия связи», Минск, Беларусь. E-mail: grko25@mail.ru

К.С. ПАШКЕВИЧ-КИРКОВСКИЙ

МАРКЕТПЛЕЙСЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ РУП «БЕЛПОЧТА»)

Учреждение образования «Белорусская государственная академия связи», г. Минск, Республика Беларусь, студент

Маркетплейс (marketplace) – это онлайн-платформа, которая позволяет продавцам предлагать свои товары или услуги покупателям. В отличие от обычного интернет-магазина, который продает только свои собственные товары, маркетплейс выступает в роли посредника, объединяя множество продавцов под одной крышей. Покупатель может сравнить предложения разных продавцов, выбрать наиболее подходящий вариант и совершить покупку, часто в рамках одной транзакции.

Рынок маркетплейсов в Беларуси находится на стадии активного развития. Международные компании продолжают расширять свое присутствие, а местные игроки пытаются найти свою нишу.

Ключевые особенности маркетплейса:

- много продавцов предлагает товары или услуги от различных продавцов, которые могут быть как физическими лицами, так и крупными компаниями;
- централизованная платформа: все продажи проходят через единую платформу, что упрощает процесс для покупателей;
- система поиска и фильтрации позволяет покупателям легко находить нужные товары или услуги с помощью фильтров и сортировки;
- система отзывов и рейтингов помогает покупателям оценить продавцов и товары, повышая доверие;
- система оплаты обычно предоставляет безопасные способы оплаты, часто с возможностью возврата денег;
- доставка: маркетплейсы часто сами организуют доставку или сотрудничают с логистическими компаниями;

Перспективы развития маркетплейсов на примере РУП "Белпочта":

- широкая географическая сеть: тысячи отделений "Белпочты" по всей Беларуси обеспечивают доступ к услугам маркетплейса даже в самых отдаленных населенных пунктах, что является существенным преимуществом перед другими маркетплейсами;

- установленная логистическая инфраструктура: "Белпочта" уже имеет развитую систему доставки, складские помещения и опыт работы с почтовыми отправлениями. Это снижает начальные инвестиции в логистику;

- узнаваемость бренда: "Белпочта" – известный и доверенный бренд в Беларуси, что может привлечь пользователей, которые доверяют государственным структурам.

- возможность интеграции с другими услугами: "Белпочта" может интегрировать свой маркетплейс с другими услугами, например, с платежными системами, что упростит процесс покупки и продажи.

Вызовы и риски:

- "Белпочта" сталкивается с жесткой конкуренцией со стороны уже устоявшихся маркетплейсов, таких как "Wildberries" и "Ozon", которые имеют более развитую инфраструктуру, маркетинговые бюджеты и опыт работы на рынке;

- для успешного функционирования маркетплейса необходима современная и удобная платформа с развитым функционалом. "Белпочта" может испытывать трудности с разработкой и поддержкой такой платформы;

- управление маркетплейсом требует специфических знаний и навыков в области электронной коммерции, маркетинга и управления онлайн-продажами, которых может не хватать у "Белпочты";

- необходимо привлечение квалифицированных специалистов в области IT, маркетинга и логистики;

- привлечение продавцов: завоевание доверия продавцов и привлечение их на платформу – важная задача. "Белпочта" должна предложить конкурентоспособные условия сотрудничества;

- избыточные согласования и сложная документация в государственных структурах замедляют ход проекта.

- медленная обработка документов и принятие решений в государственных органах тормозит реализацию проекта;

Таким образом, маркетплейс – это удобная и многофункциональная платформа для покупки и продажи товаров и услуг, обеспечивающая широкий выбор, конкурентоспособные цены и безопасность сделок. Успех проекта напрямую связан с тем, насколько эффективно РУП "Белпочта" сможет адаптироваться к требованиям современного рынка электронной коммерции, предложить покупателям и продавцам уникальное и привлекательное предложение. Фокус на уникальных сильных сторонах, таких как широкая географическая сеть и доверие к бренду, в сочетании с современной технологической платформой и эффективным управлением, может обеспечить "Белпочте" шанс занять определенную нишу на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Интернет-магазин БЕЛПОЧТА [Электронный ресурс]. – Дата доступа : 23.03.2025.
2. "Белпочта" хочет создать свой маркетплейс - 04.05.2023, Sputnik Беларусь» [Электронный ресурс]. – Дата доступа : 18.09.2024.
3. РУП Белпочта [Электронный ресурс]. – Дата доступа : 24.03.2025.

Научный руководитель – Кобринский Григорий Ефимович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой организации и технологии почтовой связи, УО «Белорусская государственная академия связи», Минск, Беларусь. E-mail: grko25@mail.ru