

Безусловно, цифровизация делает жизнь намного удобнее, но у неё также есть и свои социальные барьеры. В Беларуси, как и в других странах, наблюдается цифровое неравенство: в городах – быстрый и качественный доступ к интернету и технологиям; в сельской местности эти возможности ограничены. К тому же замечен «возрастной разрыв» – молодое поколение быстрее осваивает новые технологии, чем старшее поколение.

В свою очередь, ИИ открывает новые возможности, но вместе с тем создаёт угрозы: персональные данные могут использоваться без согласия; решения алгоритмов – быть неправдивыми. Чтобы защитить граждан и повысить цифровую этику, в Беларуси издан декрет «О развитии цифровой экономики» от 21 декабря 2017 года [3]. Но не надо забывать, что необходима постоянная доработка и совершенствование правил в условиях динамичной цифровой трансформации.

Вместе с тем важно отметить проблемы стремительного технологического роста. Во-первых, сохраняется неравенство городов и сельской местности. Эта проблема решается на данный момент с помощью развития инфраструктуры и государственных программ. Одновременно с этим существует ещё одна трудность, связанная с угрозой безработицы для тех специалистов, которых может вытеснить автоматизация. Но, с другой стороны, присутствует нехватка ИТ-специалистов и «утечка умов» в другие страны, что затормаживает развитие отечественных цифровых заданий. Кроме того, не все пользователи полностью ознакомлены со своими цифровыми правами, что создаёт проблему безопасности и конфиденциальности.

Несмотря на присутствующие трудности, технологическая трансформация предоставляет для Беларуси новые возможности. При правильной тактике страна сможет стать примером стабильного перехода к цифровой экономике, которая будет ориентирована на благосостояние страны и общества.

Литература

1 Панова, Е. А. Формирование современной технологической среды производственных предприятий / Е. А. Панова // Вестн. Рос. экон. ун-та имени Г. В. Плеханова. – 2024. – № 1. – С. 56–66.

2 Информационное общество в Республике Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_77679/?ysclid=m99z5onwq6551699780 (дата обращения: 09.04.2025).

3 О развитии цифровой экономики : Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700008> (дата обращения: 13.04.2025).

УДК 338.4:65.011.56:004.9

А. Г. Батура

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена оптимизации бизнес-процессов сбытовой деятельности, исследуя ключевые аспекты, влияющие на эффективность продаж и управление клиентскими отношениями. В ней рассматриваются современные методы и инструменты, позволяющие сократить затраты, повысить скорость реакции на изменения рынка и улучшить качество обслуживания клиентов. Особое внимание уделяется внедрению автоматизированных систем, анализу данных и внедрению принципов бережливого производства.

В современном мире конкуренция среди предприятий становится все более напряженной. Эффективное управление сбытовой деятельностью играет ключевую роль в успехе любой компании. Оптимизация бизнес-процессов в этой области позволяет улучшить не только финансовые показатели, но и качество обслуживания клиентов, что в свою очередь влияет на репутацию и устойчивость бизнеса.

Оптимизация бизнес-процессов – комплекс мероприятий для уменьшения рисков и расходов, повышения прибыли и конкурентоспособности предприятия. Используя оптимизацию в бизнес-процессах, можно увеличить число клиентов, сократить себестоимость продукции, удержать лидирующие позиции на рынке [1].

Благодаря автоматизации бизнес-задач в организации можно вывести качество товара на новый уровень в соответствии с растущими запросами клиентов, а, как результат, обогнать конкурентов в своей нише. Также цифровизация бизнес-процессов позволяет скорректировать себестоимость товаров или предоставляемых услуг, выделить ресурсы для развития новых проектов.

Оптимизация бизнес-процессов сбытовой деятельности включает несколько ключевых этапов:

1 Анализ текущих процессов: на этом этапе происходит сбор данных о существующих сбытовых процессах. Используются различные методы, такие как диаграммы потоков и SWOT-анализ, чтобы оценить сильные и слабые стороны текущих процессов.

2 Выявление узких мест: после анализа необходимо определить узкие места и проблемные зоны, которые замедляют процессы. Выявление таких мест поможет сосредоточить усилия на тех областях, которые требуют наибольшего внимания.

3 Разработка решений: на этом этапе разрабатываются конкретные предложения по улучшению процессов. Это может включать в себя реинжиниринг процессов, внедрение новых технологий, автоматизацию рутинных задач или пересмотр структуры команды.

4 Внедрение изменений: после разработки решений следует этап внедрения изменений. Это может потребовать обучения сотрудников, изменения в организационной структуре или внедрения новых программных решений.

5 Мониторинг и оценка результатов: по завершении внедрения необходимо провести мониторинг новых процессов и оценить их эффективность. Используются ключевые показатели эффективности (KPI) для измерения успеха изменений.

6 Постоянное совершенствование: оптимизация – это непрерывный процесс. После внедрения изменений следует регулярно пересматривать бизнес-процессы, чтобы адаптироваться к изменениям в рыночной среде и новым требованиям клиентов.

Несмотря на важность сбытовой деятельности, многие организации сталкиваются с рядом проблем, которые препятствуют их успеху: неэффективные процессы; отсутствие анализа данных и недостатков взаимодействия между отделами.

Оптимизация бизнес-процессов позволяет достичь нескольких ключевых целей:

- улучшение качества продукции, что приведет к снижению уровня возвратов и уменьшению негативных отзывов от клиентов;
- достижение прозрачности процессов, что способствует лучшему пониманию всех этапов;
- четкое распределение ответственности, что улучшает управление командами проектов;
- эффективный контроль над процессами позволяющий отслеживать и управлять бизнес-процессами более эффективно;
- корректировка себестоимости, что позволит предлагать клиентам более конкурентоспособные цены;
- улучшение взаимодействия между отделами, что ускоряет решение задач и повышает общую продуктивность;
- определение оптимального числа сотрудников;
- сокращение времени выполнения операций, что повышает общую эффективность работы [2].

В процессе оптимизации специалисты используют различные подходы:

- удаление: важно исключить помехи, ненужные расходы и лишние этапы, а также оптимизировать маршруты перевозок, когда это возможно;
- модернизация: внедрение новых алгоритмов и объемов работы, а также усовершенствование технологий, применяемых в компании;
- упрощение: сокращение сложности оформления заказов и организации рабочих процессов;
- ускорение: автоматизация рутинных задач и использование современных технологий для повышения эффективности;
- стандартизация: исследование и внедрение лучших мировых практик в работу;
- улучшение взаимодействия: оптимизация коммуникации между подразделениями и реализация единой информационной системы в организации;
- интеграция: добавление необходимых компонентов в новые бизнес-процессы.

Вышеперечисленные инструменты помогут не только усовершенствовать бизнес-процессы организации, но и разграничить сферы ответственности каждого подразделения [1].

Существуют различные стратегии и методики, которые можно использовать, чтобы оптимизировать бизнес-процессы. Но так как каждая организация уникальна, подбирать инструменты под бизнес-процесс необходимо с привлечением экспертов. Начинать заниматься оптимизацией процесса, выбирать методы и строить стратегию стоит только после тщательного анализа каждого бизнес-процесса и его специфики. Рассмотрим несколько популярных методов или инструментов оптимизации.

Инжиниринг представляет собой комбинацию современных информационных технологий, используемых для оптимизации бизнес-процессов. С помощью этого метода можно моделировать существующую организационную структуру и поэтапно внедрять новые элементы в действующие процессы. Инжиниринг позволяет достичь актуальных целей и решить задачи клиентов с учетом потребностей всей организации. При этом радикальные изменения не требуются: старые методы остаются в работе, но модернизируются, а к ним постепенно добавляются новые подходы.

Реинжиниринг – это метод, предполагающий полный отказ от устаревших подходов в пользу автоматизации. Рекомендуется применять реинжиниринг только под руководством экспертов в области автоматизации, чтобы минимизировать риски и обеспечить успешное внедрение.

Всеобщее управление качеством (TQM) требует оптимизации производства и каждого отдельного процесса с учетом современных рыночных трендов. В ходе такого подхода важно вовлекать всех сотрудников компании в управление процессами, что способствует повышению эффективности и ответственности в работе. Это позволяет не только улучшать качество продукции, но и создавать более гармоничную рабочую атмосферу.

Метод постоянного совершенствования нацелен на долгосрочное развитие организации. Он подразумевает модернизацию процессов снизу вверх, где сами сотрудники становятся инициаторами изменений. Даже небольшие улучшения в одном процессе могут в долгосрочной перспективе привести к снижению затрат и повышению качества. В отличие от реинжиниринга, данный подход не является радикальным, а представляет собой более устойчивую стратегию реструктуризации и модернизации бизнес-процессов [2].

Несмотря на все преимущества оптимизации, организации сталкиваются с рядом вызовов. Противодействие изменениям со стороны сотрудников, высокие затраты на внедрение новых технологий и необходимость постоянного обучения – все это может стать серьезными препятствиями. Однако, преодолевая эти вызовы, организации получают возможность не только улучшить свои процессы, но и создать уникальные конкурентные преимущества.

Для достижения целей оптимизации сбытовой деятельности можно использовать различные инструменты:

- автоматизация процессов: использование CRM-систем для управления взаимоотношениями с клиентами;
- стандартизация: внедрение единых стандартов обслуживания для повышения качества;
- аналитика данных: использование аналитических инструментов для понимания поведения клиентов и прогнозирования спроса;
- улучшение коммуникации: внедрение единой информационной системы для улучшения взаимодействия между отделами.

В условиях высокой конкуренции важно уметь предлагать клиентам индивидуальные решения. Кастомизация продуктов и услуг под конкретные запросы клиентов не только увеличивает уровень удовлетворенности, но и способствует повышению лояльности. Анализ предпочтений и поведения клиентов позволяет создавать предложения, которые максимально соответствуют их ожиданиям.

Современные покупатели ожидают удобства и гибкости в процессе покупки. Интеграция различных каналов продаж (онлайн и оффлайн) позволяет обеспечить клиентам возможность выбора удобного способа взаимодействия с компанией. Это может быть как покупка через интернет, так и возможность забрать товар в магазине. Многоканальная стратегия способствует созданию единого клиентского опыта и увеличивает шансы на повторные покупки.

Эффективное управление запасами – ключевой аспект сбытовой деятельности. Использование современных технологий, таких как системы управления запасами (IMS), позволяет оптимизировать уровень запасов, минимизировать затраты на хранение и избежать дефицита товаров. Регулярный анализ товарных остатков и прогнозирование спроса помогают поддерживать баланс между предложением и спросом.

Обслуживание клиентов должно быть на первом месте. Внедрение систем обратной связи, опросов и анкетирования позволяет выявить слабые места в обслуживании и оперативно реагировать на них. Быстрая реакция на запросы и жалобы клиентов создает положительный имидж компании и способствует удержанию клиентов.

Создание программ лояльности помогает укрепить связь с клиентами и стимулировать их к повторным покупкам. Программы, предлагающие бонусы, скидки или эксклюзивные предложения, могут значительно увеличить объем продаж и улучшить восприятие бренда.

Примеры успешной оптимизации.

Использование передовых технологий для управления запасами, автоматизация логистики и персонализированный подход к клиентам сделали Amazon лидером в сфере электронной торговли. Внедрение AI и машинного обучения позволяет компании предсказывать потребности клиентов и предлагать им релевантные продукты.

Starbucks активно использует обратную связь и аналитику для улучшения обслуживания клиентов. Программа лояльности, а также мобильное приложение, позволяющее делать заказы заранее, существенно увеличивают уровень удовлетворенности и стимулируют клиентов возвращаться снова.

Итак, оптимизация бизнес-процессов сбытовой деятельности – это сложный, но необходимый путь для достижения успеха в современных условиях. Постоянное совершенствование процессов, основанное на анализе данных и вовлечении сотрудников, позволяет организациям адаптироваться к изменениям и удовлетворять потребности клиентов. В конечном итоге успешная оптимизация не только повышает эффективность работы, но и способствует созданию более устойчивого и конкурентоспособного бизнеса.

Литература

1 Викулина, А. Оптимизация бизнес-процессов компании / А. Викулина. – URL: <https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/optimizaciya-biznes-processov-kompanii/?ysclid=m8o1o17phv408560377> (дата обращения: 15.04.2025).

УДК 004.8:005.95/.96

П. А. Бобр

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В HR И УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Рассмотрено, какие изменения, связанные с применением технологий искусственного интеллекта, происходят в современном мире управления персоналом. Исследовано, как современные AI-технологии трансформируют каждое из направлений работы с персоналом, какие преимущества они предлагают и с какими сложностями сталкиваются компании при их внедрении.

Современные системы управления персоналом переживают фундаментальную трансформацию, где искусственный интеллект выступает не просто инструментом автоматизации, а принципиально новым подходом к работе с человеческим капиталом. Эта революция охватывает все без исключения HR-процессы, начиная от привлечения талантов и заканчивая стратегическим планированием кадрового резерва, создавая беспрецедентные возможности для бизнеса.

В области рекрутинга современные AI-решения представляют собой сложные технологические экосистемы, объединяющие передовые достижения машинного обучения, обработки естественного языка и предиктивной аналитики. Системы нового поколения, такие как Pymetrics или HireVue, вышли далеко за рамки простого анализа ключевых слов в резюме. Они способны выявлять глубинные корреляции между, казалось бы, не связанными параметрами профессионального опыта, анализировать стилистические особенности изложения в сопроводительных письмах, определять степень соответствия кандидата не только формальным требованиям вакансии, но и тонким нюансам корпоративной культуры [1].

Pymetrics представляет собой революционную платформу для оценки кандидатов, основанную на нейробиологии и искусственном интеллекте. Система использует серию из 12–15 психологических игр и тестов, которые анализируют когнитивные и эмоциональные особенности соискателей. В отличие от традиционных методов оценки, Pymetrics измеряет не столько профессиональные навыки, сколько фундаментальные поведенческие характеристики: скорость принятия решений, склонность к риску, способность к обучению, эмоциональный интеллект и другие ключевые компетенции.

Технология работает по принципу сопоставления профиля кандидата с «идеальным» профилем успешных сотрудников компании. Алгоритмы машинного обучения анализируют результаты более 75 000 кандидатов еженедельно, постоянно совершенствуя модели оценки. Особенность Pymetrics – акцент на объективности: система исключает влияние таких факторов, как пол, возраст или этническая принадлежность, снижая уровень бессознательной предвзятости в подборе до 75 %.

HireVue – это платформа для проведения видеоподготовки с расширенными возможностями анализа. Система сочетает три ключевых технологических компонента: анализ речи (NLP), компьютерное зрение для распознавания мимики и айтрекинг для отслеживания движений глаз. В ходе 15–30 минутного интервью алгоритм оценивает более 25 000 параметров поведения кандидата, включая:

- лингвистические паттерны (частота употребления определенных слов, построение предложений);
- паралингвистические характеристики (тон, темп речи, паузы);