

Система управления проектами является неотъемлемой частью компании, вне зависимости от её сферы деятельности, численности сотрудников, виду собственности. Система обеспечивает управление проектами, делегирование задач, структурное и продуктивное взаимодействие всех пользователей.

Многие компании в начале своей деятельности ставят под сомнение необходимость внедрения системы управления проектами, рассчитывая, передать данную функцию специалистам по управлению проектной деятельностью (проектным менеджерам). Но, не имея необходимой системы, значительно упрощающей планирование, контроль и анализ внутренних и внешних проектов, эффективность данных специалистов снижается в разы.

Принцип работы систем управления проектами в электронном бизнесе представлен на рисунке 1.

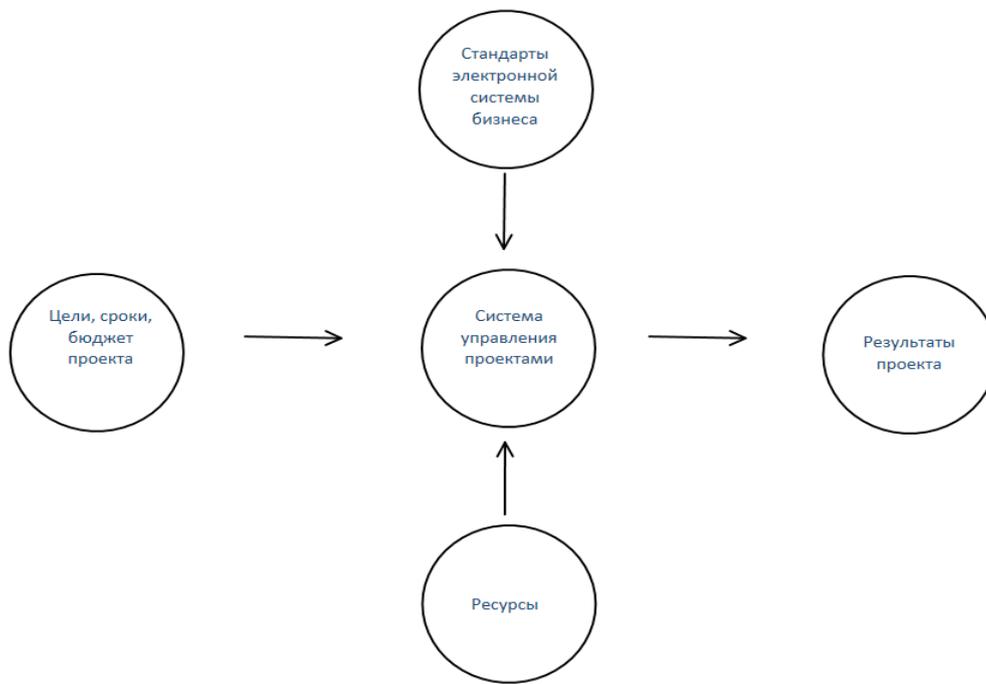


Рис.1 – Принцип работы систем управления проектами в электронном бизнесе

Основными преимуществами внедрения систем управления проектами в электронный бизнес являются:

Систематизация. Результаты работы, за необходимый отрезок времени, просчитаны и структурированы. На любом этапе проекта, план и все его составляющие процессы, могут быть подвергнуты корректировке. Все риски и трудности, которые могут возникнуть на любом из этапов, просчитываются на этапе разработки проекта.

Деятельность, имеющая отношение к проекту, прозрачна и относится к соответствующим статьям затрат.

Повышается эффективность работы каждого сотрудника проектной группы по причине их заинтересованности в итоговых результатах проектной деятельности.

Список использованных источников:

1. Богданов В.А. Управление проектами. Корпоративная система – шаг за шагом // Международная научно-техническая конференция, посвященная 45-летию МРТИ-БГУИР : тез. докл. Междунар. науч.-техн. конф., Минск, 17 апреля 2017. – Минск : БГУИР, 2017. – 2с.

2. Чиркова И.Г., Акберов К.Ч. Внутрифирменное планирование проектной деятельности // Международная научно-техническая конференция, посвященная 45-летию МРТИ-БГУИР : тез. докл. Междунар. науч.-техн. конф., Минск, 18 марта 2017. – Минск : БГУИР, 2017. – 1с.

3. Брысаев А.С., Гайнутдинова А.А. Инновационное управление производственными программами и проектами // Современные средства связи : материалы XIV Междунар. науч.-техн. конф., 29 сент.-1 окт. 2009 года, Минск, Респ. Беларусь. – Минск : ВГКС, 2009. – 12с.

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЛАРУСЬ И ЗА РУБЕЖОМ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Карачан В.Д., Соловьёва А.В.

Журавлёв В.А. – к.э.н., доцент

На современном этапе в белорусской экономике розничная торговля имеет важное значение. Она является активным проводником товаров отечественного производства и достаточно большой массы товаров зарубежной продукции на внутренний рынок, заставляет наших производителей поднимать качество отечественных товаров для завоевания прочного места как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В настоящее время с развитием рыночных отношений, с реализацией экономических реформ, с обеспечением законодательных норм и правил, торговля, как оптовая, так и розничная, относится к наиболее прогрессивным видам деятельности, затрагивающим все слои населения.

Число предприятий оптовой и розничной торговли растет с каждым годом и связано с расширяющимися потребностями потребителя в условиях постоянного обновления ассортимента товаров и услуг. Эти предприятия вносят значительный вклад в распределение национального продукта. Вышесказанное определяет особую актуальность исследуемой темы.

В связи с этим, мы решили проанализировать тренды розничной торговли за рубежом и составить ряд предложений для белорусского рынка. Для наиболее объективного анализа мы собрали фокус-группу, состоящую из наших одноклассников, и рассказали им о трендах розничной торговли в США, Германии и других зарубежных странах.

Пример 1: в США есть торговая сеть класса люкс Neiman Marcus, которая создала специальный сервис. Когда клиент заходит в магазин, система NM Service оповещает персонал о предпочтениях конкретного клиента. Розничная сеть Walmart разрабатывает беспилотную тележку для магазина. Управлять ей можно будет с помощью мобильного приложения. Это значительно повысило качество покупок.

Пример 2: в Германии можно сделать заказ в обычном супермаркете с помощью интернета. Сотрудник супермаркета соберет его и вынесет к парковке. Покупателю даже не нужно покидать автомобиль, пополнить запасы. Кстати, в Беларуси, что-то похожее осуществляет Евроопт со своей «Е-доставкой».

Пример 3: Компании стараются ускорить доставку и улучшить сервис за счет построения разветвленной сети складов и пунктов выдачи с помощью внутренних сервисов и партнерства с профильными компаниями. AliExpress внедрил услуги доставки в тот же день или в течение одного-трех дней со складов, находящихся внутри России. Магазины будут открывать больше шоу-румов, примерочных и точек самовывоза, чтобы покупатели могли забрать товар в максимально удобном для них месте и в максимально удобное время.

Был проведен опрос среди студентов БГУИР, в результате которого было определено, что респонденты положительно относятся к трендам розничной торговли за рубежом и хотели бы видеть такого рода инновации в Беларуси.

30 ответов

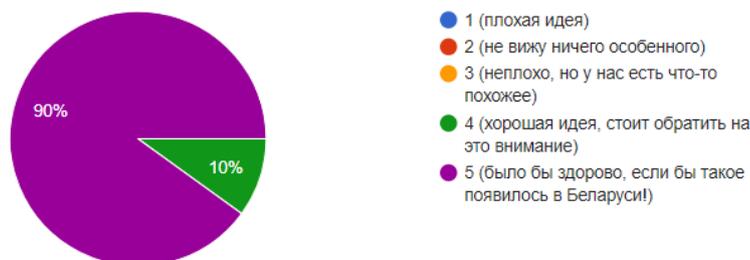


Рис.1 – Скриншот оценок респондентов первого примера

30 ответов

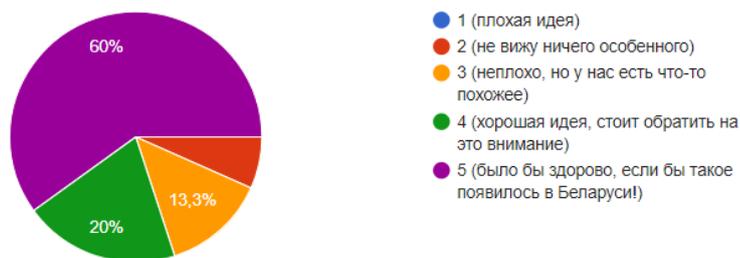


Рис.2 – Скриншот оценок респондентов второго примера

30 ответов

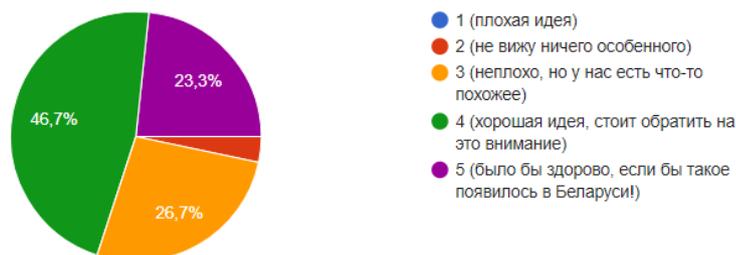


Рис.3 – Скриншот оценок респондентов третьего примера

Есть ли какая-нибудь инновационная идея для розничной торговли, реализацию которой вы бы хотели увидеть в Беларуси? (идея может быть как существующая за рубежом, так и совершенно новая, придуманная вами)

2 ответа

Было бы круто внедрить онлайн примерочные. Например загружаешь свою фотографию в полный рост, а искусственный интеллект помогает подобрать тебе образ

уже давно мечтаю о корзине или тележке, которая подсчитывает сумму, на которую ты набрал товаров!

Рис.4 – Скриншот ответов респондентов на дополнительный вопрос

На основе результатов опроса фокус-группы мы составили ряд рекомендаций для белорусского рынка:

1. Активное влияние на ритейл окажут инновационные технологии: использование искусственного интеллекта в ритейле, VR-технологии и многое другое может значительно повысить заинтересованность покупателей и рост продаж.

2. В ближайшем будущем управление цепями поставок будут меняться в направлении управления запросами потребителей. Все большее значение для объектов оптовой торговли приобретет ориентация на потребительское поведение, учет и анализ каналов, через которые потребитель осуществляет покупку товаров. Поэтому, чем больше вы знаете об интересах своих потребителей – тем лучше.

3. Чем оперативней компания сможет осуществлять доставку, тем больше потребителей совершат повторный заказ. Отличным вариантом будет открытие дополнительных складов или пунктов самовывоза в крупных городах.

Список использованных источников:

1. Новаков А.А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы
2. Сергиенко А.В. Ритейл будущего: главные тренды розничной торговли
3. Marketing.by – новости белорусского маркетинга [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://marketing.by/>

СРЕДСТВА ВИЗУАЛИЗАЦИИ ДАННЫХ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТОЛОГА

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Климович А.И.

Карпицкая С.С. – преподаватель каф. экон.

Опытные маркетологи знают, что путь к верным решениям и выдающимся результатам лежит через анализ данных. Однако пройти этот путь совсем непросто: прежде всего необходимо наладить сбор и систематизацию информации, а затем грамотно представить данные. Но зачастую многие забывают, что в представлении, а именно визуализации полученных аналитических данных заключается маркетинговый успех на рынке.