

Опрос 100 респондентов выявил высокий уровень удовлетворенности качеством обслуживания и комфортом магазина, однако зафиксировал умеренную ценовую политику; наблюдение подтвердило наличие устойчивого сегмента постоянных покупателей и значимость импульсных покупок.

Для совершенствования коммерческой деятельности по изучению спроса предложены рекомендации:

1. Создание специализированной зоны «Уголок модного писателя» для проведения авторских встреч и презентаций.

2. Цифровизация анализа данных: переход от статических методов к использованию Big Data и алгоритмов машинного обучения для прогнозирования спроса. Это позволит повысить точность планирования закупок на 40 % и персонализировать предложения через программы лояльности.

3. Активизация работы в цифровых каналах и социальных сетях для привлечения молодежной аудитории и выравнивания спроса в периоды межсезонья.

Совершенствование системы изучения спроса через интеграцию событийного маркетинга и современных цифровых технологий позволит организации не только компенсировать негативные рыночные тренды, но и обеспечить устойчивый рост показателей, укрепив лояльность потребителей.

Источник

1. *Валевич, Р. П.* Механизм реализации концепции защиты внутреннего рынка в условиях неопределенности экономической среды / Р. П. Валевич, Н. Е. Свирейко // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. — Мн., 2021. — Вып. 14. — С. 74–80.

А. В. Павлович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **О. В. Толкач**

ВЛИЯНИЕ CRM- И ERP-СИСТЕМ НА ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Цифровые технологии сегодня играют ключевую роль в процессе принятия управленческих решений. Современные организации сталкиваются с необходимостью оперативно реагировать на изменения внешней среды, конкуренцию и рост объемов информации. В этих условиях цифровизация становится не просто инструментом, а основой управленческой деятельности.

Цифровые технологии в принятии управленческих решений позволяют обрабатывать огромные объемы структурированной и неструктурированной информации из внутренних (CRM, ERP) и внешних (соцсети, рыночная аналитика) источников. Можно выявлять скрытые закономерности, тренды и причинно-следственные связи, незаметные на малых выборках.

Применение ERP-систем обеспечивает комплексное управление ресурсами предприятия, а CRM-решения помогают выстраивать эффективные отношения с клиентами. Большие данные и технологии машинного обучения дают возможность выявлять скрытые закономерности, анализировать поведение потребителей и формировать стратегию развития на основе фактов, а не интуиции. Облачные технологии делают доступ к информации быстрым и удобным, обеспечивая прозрачность и гибкость управленческих процессов.

Внедрение цифровых инструментов приносит преимущества: повышается эффективность работы, снижаются затраты времени и ресурсов, улучшается качество принимаемых решений. Ошибки в информации могут привести к неверным выводам, поэтому технологии должны рассматриваться как средство поддержки, а не как абсолютная замена человеческому опыту и интуиции.

Однако цифровизация имеет и свои недостатки. Во-первых, внедрение современных технологий требует значительных финансовых инвестиций и подготовок персонала, что может быть затруднительно для небольших организаций. Во-вторых, качество управленческих решений напрямую зависит от корректности исходных данных: ошибки или неполнота информации способны привести к неверным выводам. В-третьих, существует риск чрезмерной зависимости от технологий, когда руководители начинают полагаться исключительно на алгоритмы и теряют способность к самостоятельному критическому анализу.

Влияние цифровых технологий на управленческие решения проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, они меняют логику управления: решения принимаются быстрее, на основе анализа больших массивов данных, а не только интуиции и опыта. Во-вторых, цифровизация способствует развитию новых форм взаимодействия внутри организации и с внешними партнерами, включая дистанционное управление и использование облачных платформ. В-третьих, она формирует новые требования к компетенциям руководителей, которые должны не только владеть традиционными управленческими навыками, но и понимать возможности и ограничения цифровых инструментов.

Таким образом, цифровые технологии оказывают комплексное влияние на управленческую деятельность. Они открывают широкие перспективы для повышения эффективности и качества решений, но одновременно требуют осторожности, грамотного внедрения и сохранения баланса между технологической поддержкой и человеческим фактором. В конечном счете именно руководитель остается главным

субъектом управления, а цифровые инструменты выступают в роли помощников, усиливающих его возможности и расширяющих горизонты стратегического развития.

О. Н. Панчугина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА В ОАО «ЦУМ МИНСК»

Изучение покупательского спроса опирается на принципы маркетинга и зависит от товарооборота, ассортимента и качества аналитики. В современных условиях важно сочетать анализ реализованного и неудовлетворенного спроса, отслеживать предпочтения покупателей и сопоставлять данные предпочтения с товарными запасами. Эффективное управление спросом требует не только учета продаж, но и анализа поведения покупателей и причин возникновения неудовлетворенного спроса.

ОАО «ЦУМ Минск» как один из крупнейших универсальных магазинов Минска формирует свою систему изучения спроса, опираясь на сложную ассортиментную структуру и широкий поток покупателей. В 2024 г. выручка организации возросла до 109 591 тыс. р. (на 4726 тыс. р., или на 4,51 %), однако в сопоставимых ценах зафиксировано снижение на 651,42 тыс. р. (на 0,62 %), что показывает зависимость результата не от роста спроса, а от инфляционного влияния (ИПЦ — 105,16 %). Одновременно товарные запасы на конец периода увеличились на 1982 тыс. р. (на 7,23 %), а однодневный товарооборот — лишь на 4,54 %. Такая диспропорция указывает на замедление оборачиваемости и необходимость более точного понимания структуры спроса.

Проведенное исследование подтверждает, что система изучения спроса в ОАО «ЦУМ Минск» сталкивается с рядом проблем, имеющих стратегический характер. Во-первых, расчеты показали замедление товарооборачиваемости с 83,48 до 85,62 дня, что привело к дополнительному вовлечению в оборот 734,81 тыс. р. Также уровень обеспеченности запасами возрос до 74,45 дня (увеличился на 1,86 дня). Во-вторых, результаты социологического исследования, в котором приняли участие 132 чел., указывают на явный разрыв между ожиданиями аудитории и ассортиментной политикой: ни один респондент не охарактеризовал ассортимент как современный, при этом 53,1 % оценивают его как устаревший или консервативный, а 83,9 % считают, что он рассчитан преимущественно на старшее поколение.