

Источники

1. Внешняя торговля Республики Беларусь, 2020 г. : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2020. — 202 с.
2. *Пархоменко, Е. М.* Импортозамещение как фактор достижения сбалансированности и конкурентоспособности национальной экономики / Е. М. Пархоменко // *Вестн. Беларус. дзярж. экан. ун-та.* — 2012. — № 2. — С. 17–22.

А. А. Буракова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ BUSINESS INTELLIGENCE НА СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ В ТОРГОВЛЕ

В настоящее время малым торговым организациям все сложнее конкурировать с крупными предприятиями, поэтому гораздо проще осуществлять контроль за деятельностью своей организации, используя многофункциональные информационные системы, дающие возможность хранить и обрабатывать большое количество информации, взаимодействовать с разными подразделениями предприятия, увеличивать скорость и качество обслуживания клиентов, осуществлять контроль запасов и многое другое [1].

Одним из вариантов таких систем является Business intelligence system (BIS), или система бизнес-анализа. Это информационная система, которая позволяет превратить накопленные фактические данные в полезные знания с целью принятия эффективных решений для бизнеса. Такие знания могут использоваться для решения любых задач по анализу, управлению, прогнозированию и т.д. Системы бизнес-аналитики (Business intelligence) позволяют объединить накопленные компанией в различных системах фактические данные и превратить их в полезные знания для организации.

Одной из компаний, служащей поставщиком таких систем для бизнеса в Республике Беларусь, является Softline, которая предлагает внедрение BI-систем на платформах Microsoft, Oracle, IBM, PROGNOZ.

Сценариями применения полученной структурированной аналитики будут: выявление убыточных и прибыльных направлений деятельности организации (отдельных товаров/линеек); планирование продаж, контроль за выполнением планов в режиме реального времени; контроль за свободными денежными средствами, планирование бюджета, анализ движения денежных средств; анализ конкуренции, проведение первичных маркетинговых исследований; производственное планирование, контроль запасов, оперативное управление поставками [2].

Материал для анализа берется из первичных данных бухгалтерской отчетности (бухгалтерский баланс, товарно-транспортные накладные, инвойсы, накладные на выгрузку, сопроводительные квитанции на груз, заключенные договоры с поставщиками, дефектные акты, отчеты о хранении товаров). Таким образом, компания получает структурированную аналитическую модель своей деятельности [2].

Полученные структурированные данные помогут руководству организации в выборе бизнес-стратегии и ключевых компетенций, а также в выявлении проблем, что является бесспорным преимуществом в работе.

Структурированная полученная информация будет очень полезной для сферы продаж, сферы финансов, также маркетинговой и логистической сфер организации [3].

В заключение добавим, что представленная система успешно используется такими компаниями, как Axis Communications, Huawei, Lenovo, Citri, Microsoft, GOOGLE и Kaspersky — и это лучшая реклама.

Источники

1. Business Intelligence. Системы бизнес-анализа: базовые понятия и решения [Электронный ресурс] // Первый Бит. — Режим доступа: <https://1solution.ru/sobytiya/stati/sistemy-biznes-analiza-business-intelligence-bazovye-ponyatiya-i-resheniya.html>. — Дата доступа: 14.11.2020.

2. Системы бизнес-анализа (BI) [Электронный ресурс] // Softline. — Режим доступа: <https://softline.by/solutions/business-solutions/sistemyi-biznes-analiza-bi>. — Дата доступа: 15.11.2020.

3. Управление взаимоотношений с клиентами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.it.ua/>. — Дата доступа: 15.11.2020.

В. Д. Бухвал, В. А. Зеленская, А. А. Никитина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

КЕЙТЕРИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время наблюдается появление новых направлений в сфере общественного питания, так как потребительский спрос постоянно усложняется и требует широкого набора услуг. Основными направлениями развития современных технологий обслуживания в ресторанах, барах и кафе являются:

- создание концептуальных предприятий общественного питания;
- расширение сети виртуальных ресторанов, обеспечивающих прием заказа по сети Интернет и доставку его потребителю;
- приготовление блюд в присутствии посетителей;
- организация обслуживания по системе кейтеринг [1].