

Анализируя данные таблицы, установим, что Брестский регион имеет средний уровень реализации экономического потенциала региона.

Исследование конкретных элементов экономического потенциала региона позволяет выявить резервы для его сбалансированного развития, определить достоинства и недостатки, основные процессы и элементы, состояние которых в целом определяет компетенции экономики региона, его внутреннюю конкурентоспособность и поле основных задач для дальнейших разработок рекомендаций по раскрытию и использованию потенциала экономики региона.

Список цитированных источников

1. Исхакова, А. Ф. Формирование и реализация стратегии развития региона / А. Ф. Исхакова, Н. Н. Прядкина // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – № 8 (144). – С. 110–115.

2. Маршалова, А. С. Основы теории регионального воспроизводства / А. С. Маршалова, А. С. Новоселова. – М. : Экономика, 1998. – 191 с

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат) – Регионы Республики Беларусь, 2021 (том 1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public_compilation/index_41220/. – Дата доступа: 29.05.2023.

4. Старостин, А. В. Основные направления устойчивого развития региона в условиях территориально экономических противоречий / А. В. Старостин // Экономика региона и управление. – 2007. – № 18.

УДК 338.001.36

Крисюк К. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель, Голец О. В.

МОДЕЛИРОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ ПРИ ГАРАНТИЙНОМ ОБСЛУЖИВАНИИ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ

Цель исследования: снижение затрат компании на гарантийное обслуживание домов, введенных в эксплуатацию.

Задачи:

- определить сущность понятия «бизнес-процесс» и его характеристики;
- оптимизировать возникающие затраты на гарантийное обслуживание домов путем создания бизнес-процесса и выявить экономическую выгоду.

Для более полного погружения в тему работы, необходимо для начала разобраться, что же такое бизнес-процесс и финансовое моделирование. Бизнес-процесс – это деятельность рабочего коллектива, направленная на создание качественного продукта или получение какого-либо другого результата. У бизнес-процесса может быть внешний и внутренний потребитель. Первый характерен для материального взаимодействия, например, продажа товара или оказание услуги клиенту, который и будет выступать внешним потребителем. Внутренний же потребитель находится непосредственно в организации и решает от-

дельные задачи внутри коллектива, например, подбор кадров. У бизнес-процесса есть 5 основных характеристик:

- название и цель (часто эти элементы объединены в одно, так как из названия операции четко видна цель. Они должны быть конкретными и понятными для участников);

- исполнитель (это лицо, выполняющее или отвечающее за выполнение цели. В компании это сотрудник из управленческого отдела или начальства);

- ресурсы (это инструменты, которые используются для достижения цели. Они остаются неизменными по ходу выполнения работы, а лишь оказывают воздействие на конечный продукт);

- вход (это тоже ресурсы, но, в отличие от предыдущих, они преобразуются во что-то новое в результате деятельности компании);

- выход (это результат проделанной работы — товар или услуга. На выходе не всегда получается то, что было изначально запланировано. Цель может измениться).

Выделяют 3 основных вида бизнес-процессов [1]:

- управляющие бизнес-процессы – процессы, осуществляющие руководство функционированием системы (корпоративное управление, стратегический менеджмент);

- операционные бизнес-процессы (составляют основной бизнес компании и создают главный поток доходов);

- поддерживающие бизнес-процессы – это процессы, которые обслуживают основной бизнес, а также управляют им (управление кадрами, бухгалтерский и управленческий учет).

Попробуем создать новый бизнес-процесс на примере предприятия КУП «Брестжилстрой». Известно из открытых источников, что организация тратит большое количество денежных средств на гарантийное обслуживание домов, введенных в эксплуатацию, из-за некачественно выполненных строительных и отделочных работ.

Название бизнес-процесса будет совпадать с его целью – оптимизация затрат на гарантийное обслуживание домов, уже введенных в эксплуатацию. Исполнителем будут назначены отдел контроля качества и отдел экономики, главным образом – их начальники. Используемые инструменты для осуществления данного бизнес-процесса – отчеты сотрудников отдела контроля качества, которые будут посещать строительные объекты и контролировать качество осуществляемых услуг, и прорабов на местах, которые будут заниматься тем же, но с более детальным контролем за качеством услуг и используемых материалов, а также сотрудников отдела экономики, которые будут отвечать за качество приобретенных ресурсов и их цену. В случае выявления нарушений они будут фиксироваться и передаваться для анализа независимой комиссии. Для оценки степени влияния каждого сотрудника на возможные ошибки будет создана временная независимая комиссия, подотчетная генеральному директору и состоящая из специалистов организации, цель которой – установить причины некачественно проделанной работы. Вход – строительные и отделочные

материалы, выход – качественно выполненные строительно-отделочные работы.

Представим организационную структуру исполнителей данного бизнес-процесса и их функции на рисунке 1.

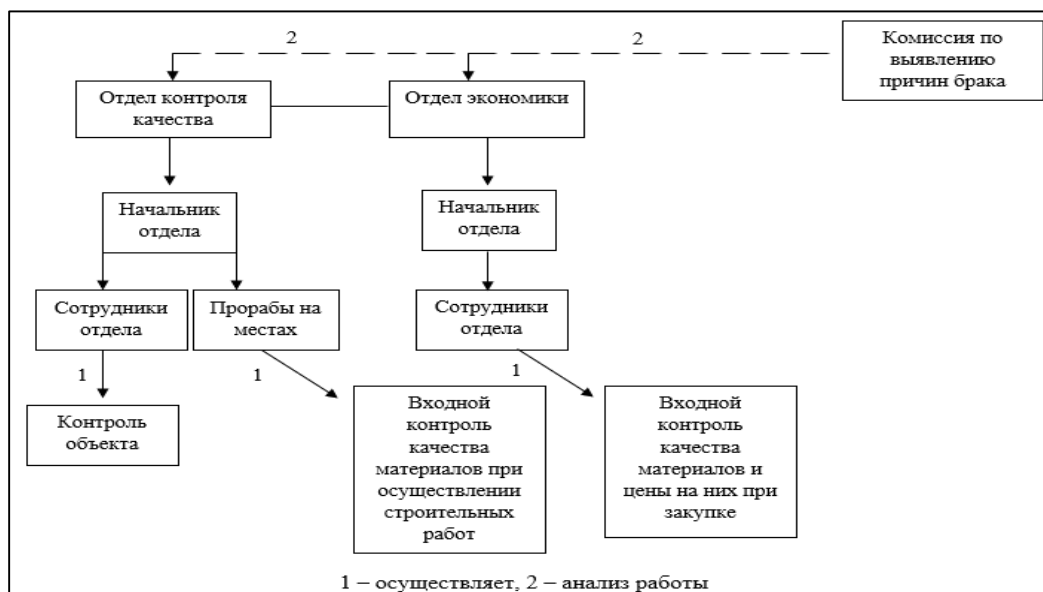


Рисунок 1 – Организационная структура исполнителей бизнес-процесса и их функции

Комиссия по выявлению брака начинает свою работу после поступления в организацию сообщения о выявлении какого-либо брака в веденном в эксплуатацию доме. Результат деятельности комиссии можно представить на рисунке 2.

Контроль видов работ	Ответственный	Степень брака	Затраты на устранение		
			З/п + ФСЗН и БГС	Стоимость материалов	Транспорт для сотрудников
Качество услуг	Начальник отдела контроля качества, сотрудники отдела, прорабы на местах	(индивидуально)	2 284,2	(индивидуально)	(индивидуально)
Качество материалов	Начальник отдела экономики, сотрудники отдела, прорабы на местах	(индивидуально)	2 284,2	(индивидуально)	(индивидуально)

Рисунок 2 – Результат деятельности комиссии по выявлению брака

После работы комиссии, установления степени брака и количества затрат, понесенных организацией, будет устанавливаться индивидуальная финансовая ответственность каждого сотрудника, ответственного за объект брака.

Финансовое моделирование данного бизнес-процесса будет заключаться в сравнении затрат, понесенных организацией до и после ввода в деятельность организации данного бизнес-процесса. Изначально – данный проект не требует капитальных затрат, достаточно незначительно увеличить количество обязанностей, возлагаемых на перечисленных специалистов. Кроме того, по постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 01.04.2014 № 299 [2] застройщик перечисляет на специальный счет денежные средства в размере 1,5 процента стоимости строительных, специальных, монтажных работ, выполненных подрядчиком в периоде, принятом за расчетный, и принятых заказчиком. То есть 0,5 процента значительной суммы средств не может быть получено организацией для того, чтобы были определены ресурсы для устранения возможного брака. Эти средства могут быть использованы не по целевому назначению по истечению срока гарантийного обслуживания, если брак не был выявлен. Предложенный нами бизнес-план значительно снизит риск выявления брака клиентом, что повысит шанс возврата и использования данных денежных средств организацией.

Список цитированных источников

1. Горбунова, О. Н. Методология анализа бизнес-процессов в системе сбалансированных показателей предприятия [Электронный ресурс] / О. Н. Горбунова – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-analiza-biznes-protsessov-v-sisteme-sbalansirovannyh-pokazateley-predpriyatiya/viewer>. – Дата доступа: 2023.

УДК 339.138:004.032.26

Кушнирчук М. Н.

Научный руководитель: к. т. н, доцент Надеина Н. Г.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В МАРКЕТИНГЕ

В данной статье рассматриваются возможности использования нейронных сетей в маркетинге, а также результаты проведенного онлайн-опроса, который помог выяснить отношение людей разных возрастов и сфер деятельности к нейросетям и их готовность потреблять контент, сгенерированный нейронными сетями. Также в статье предлагается вариант внедрения нейронных сетей в работу белорусского предприятия OZ.

Ключевые слова: нейронные сети, внедрение, автоматизация, электронная коммерция, электронный маркетинг.

Нейронные сети — это разновидность машинного обучения, при котором компьютерная программа работает по принципу человеческого мозга, используя различные нейронные связи [1].

На сегодняшний день нейронные сети активно используются в различных сферах деятельности, в том числе и в маркетинге. Они помогают не только экономить время и другие ресурсы предприятий, но также создавать контент, маркетинговые кампании, лозунги, которые привлекают больше внимания целевой аудитории, чем придуманные людьми [2].