

В верху рейтинга находятся компании, которые производят продукцию всевозможных молочных категорий, имеют широкий ассортимент внутри категорий, часто выпускают новинки и задают тренды, по которым развивается отрасль.

На белорусском рынке преобладают отечественные производители, среди которых можно выделить лидеров рынка, выручка которых превышает 60 млн бел. руб. Также представлены местные производители, такие как Слуцкий СК, Полоцкий МК, Рогачевский МКК, Молочный горки и другие, которые имеют свою аудиторию и долю на рынке. Danone Group и Lactalis Group также занимают значительные доли рынка, это международные компании с широким портфелем молочных продуктов и сильным присутствием на мировом рынке [8].

Молочная промышленность Республики Беларусь является важным сектором экономики, играющим ключевую роль в обеспечении продовольственной безопасности страны и создании экспортного потенциала. Однако перед отраслью стоят как возможности, так и вызовы, которые необходимо учитывать. Рост спроса на органическую продукцию, инновации в производстве и маркетинге, а также стремление к устойчивому производству, открывают новые перспективы для белорусских производителей молочных продуктов.

Список цитированных источников

1. В Беларуси в 2023 году после строительства и реконструкции открыто 74 молочно-товарных комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by>. – Дата доступа: 16.03.2024.
2. За 2023 год выросло производство продукции животноводства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by>. – Дата доступа: 16.03.2024.
3. Молочная промышленность Беларуси: оценка состояния и потенциал роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://factories.by>. – Дата доступа: 16.03.2024.
4. Рынок сливочного масла: высокая турбулентность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://produkt.by>. – Дата доступа: 16.03.2024.
5. Беларусь – мировой экспортер молочной продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by>. – Дата доступа: 16.03.2024.
6. Беларусь в цифрах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by>. – Дата доступа: 23.03.2024.
7. Новые товарные позиции и перспективные рынки. Как Беларусь наращивает экспорт молочной продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by>. – Дата доступа: 23.03.2024.
8. Nielsen IQ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nielseniq.com>. – Дата доступа: 23.03.2024.
9. Слияния и поглощения на молочном рынке Беларуси – в новом рейтинге молочных компаний 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=zoGI1pdw00w>. – Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 658.813

Кривоносова Е. А.

Научный руководитель: к. э. н., доцент Гарчук И. М.

АНАЛИЗ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ПРОДАЖ НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА МУРАВЬИНЫХ ФЕРМ

Автоматизация бизнес-процессов стала неотъемлемой частью современного предпринимательства. С каждым годом все больше организаций осознают важность внедрения автоматизированных систем для оптимизации своих операций

и повышения конкурентоспособности. Автоматизация процесса продаж занимает центральное место среди стратегических приоритетов компаний [1].

Автоматизация процесса продаж помогает оптимизировать использование ресурсов организации. Она позволяет сократить необходимость в ручной работе и ведении аналитики заказов на бумаге, автоматизировать рутинные операции. Это приводит к снижению затрат на персонал и повышению эффективности использования ресурсов.

Оптимизация процесса продаж через автоматизацию является важным шагом для современных организаций. Однако, помимо самого процесса продаж, автоматизация также может сыграть значительную роль в улучшении процесса приема и обработки заказов [2].

Например, использование онлайн-заказов через социальную сеть Instagram в различных компаниях становится все более распространенным. Спектр их применения широк и варьируется от небольших предприятий, которые автоматизируют процесс приема заказов, до крупных компаний, которые полностью переходят на онлайн-продажи.

Внедрение онлайн-заказов предоставляет компаниям возможность эффективно управлять процессом продаж, улучшать взаимодействие с клиентами и повышать уровень обслуживания. Это позволяет компаниям быть конкурентоспособными в современной цифровой среде и достигать своих бизнес-целей [3].

Увеличение числа заказов и необходимость их обработки ставят перед организациями новые вызовы. Ручная обработка и учет каждого заказа может быть трудоемкой и подверженной ошибкам процедурой. В этом контексте автоматизация процесса приема и обработки онлайн-заказов становится критически важной для эффективного функционирования бизнеса.

Внедрение специализированного программного обеспечения позволяет не только улучшить скорость и точность обработки заказов, но и повысить удовлетворенность клиентов, предоставив им удобный и простой способ совершать покупки. Кроме того, автоматизация процесса приема и обработки заказов способствует оптимизации ресурсов, уменьшению затрат на персонал и повышению эффективности работы всей организации.

В ходе работы был проведен анализ процесса приема и обработки заказов в организации ИП «Храмов Д.С.». Организация функционирует в качестве розничной точки продажи литературы – магазина «Простокнижкино». Помимо книжной продукции в магазине представлены следующие категории товаров: канцелярия, настольные игры, деревянные игры и муравьиные фермы.

Большинство заказов в магазине "Простокнижкино" поступает на позицию муравьиные фермы через аккаунт @ants.brest в Instagram. Однако процесс передачи информации от покупателя к продавцу является длительным, громоздким и может сопровождаться множеством ошибок.

Данный процесс был смоделирован с помощью нотации BPMN (Business Process Modeling Notation) [4]. Эта нотация позволяет подробно описать логику выполнения бизнес-процесса, в том числе для отражения его деталей, таких как события, исполнители каждого из действий, используемые документы и другие объекты, использующиеся в качестве входных/выходных данных для тех

или иных действий. Нотация позволяет описать бизнес-логику выполнения действий в виде наглядной диаграммы.

Схема бизнес-процесса приема и обработки онлайн-заказа организации до внедрения системы автоматизации отображена на рисунке 1.

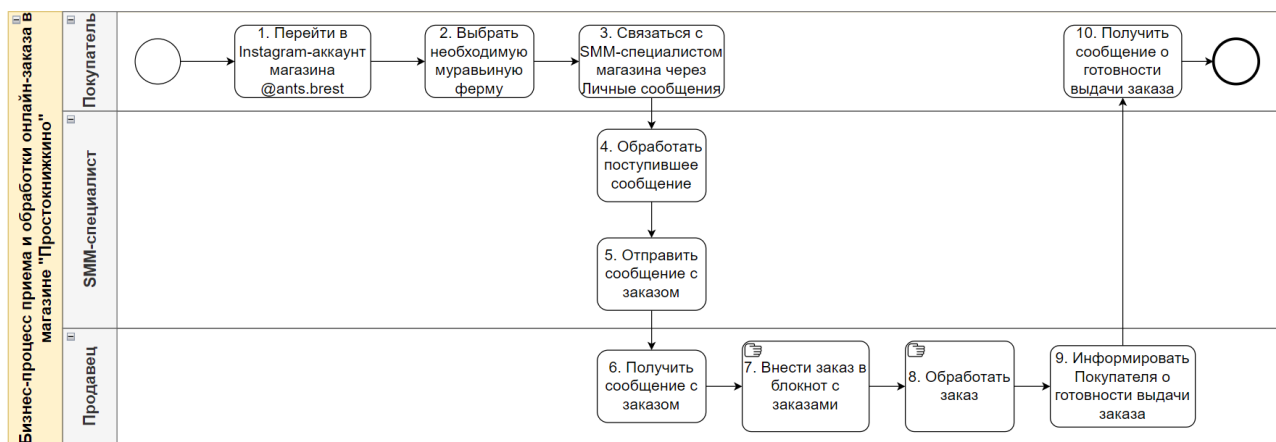


Рисунок 1 – BPMN-схема бизнес-процесса приема и обработки онлайн-заказа до внедрения системы автоматизации

Описание бизнес-процесса приема и обработки онлайн-заказа в магазине «Простокнижкино» через Instagram до внедрения системы автоматизации: покупатель переходит в Instagram-аккаунт магазина, выбирает нужную муравьиную ферму, связывается с SMM-специалистом для уточнения заказа и предоставления личных данных. SMM-специалист передает информацию о заказе продавцу, который обрабатывает заказ, записывает его в блокнот, проверяет комплектность и информирует покупателя о готовности заказа для выдачи. Покупатель получает сообщение о готовности заказа.

Описанный бизнес-процесс имеет несколько недостатков, которые делают его неоптимальным и требующим оптимизации. Прежде всего, он является длительным и сложным. Процесс включает несколько этапов коммуникации и передачи информации между SMM-специалистом и Продавцом. Этапы требуют времени и ручных действий, что приводит к задержкам в обработке заказов.

Кроме того, процесс включает использование нескольких коммуникационных каналов, таких как личные сообщения в Instagram и рабочий мессенджер. Это может приводить к потере информации, недопониманию и возникновению ошибок при передаче данных между участниками процесса.

Также использование физического блокнота для учета заказов может быть неэффективным и подвержено риску потери или неправильной записи информации. Использование записей блокнота для анализа продаж подразумевает необходимость ручного ввода данных. Проведение аналитики требует переноса информации из физического блокнота в специальные аналитические инструменты. Этот процесс может быть долгим и трудоемким, особенно в случае большого объема данных.

Трудности могут возникнуть также из-за возможных ошибок при ручном внесении данных. В процессе переноса данных могут возникать опечатки, упущения или неправильная интерпретация данных, что может исказить результаты анализа и привести к некорректным выводам. Кроме того, использование

физического блокнота ограничивает возможности автоматического обновления данных. Вместо того чтобы иметь доступ к реальному времени и актуальным данным, необходимо вручную обновлять информацию в блокноте, что может привести к задержкам и упущенным возможностям быстрой реакции на изменения в продажах или трендах рынка.

В целом описанный бизнес-процесс приема онлайн-заказов в магазине «Простокнижкино» через Instagram имеет недостатки, связанные с его длительностью, сложностью, использованием нескольких коммуникационных каналов и недостаточной автоматизацией.

Для оптимизации необходимо внедрить централизованную платформу управления заказами. Это единое место для управления всеми заказами, что значительно упрощает процесс обработки и отслеживания заказов. Вся информация о заказах, включая их количество, сумму, данные о Покупателе, будет храниться в одном месте, что упрощает аналитику продаж. Пример усовершенствованного процесса приема онлайн-заказа представлен на рисунке 2.

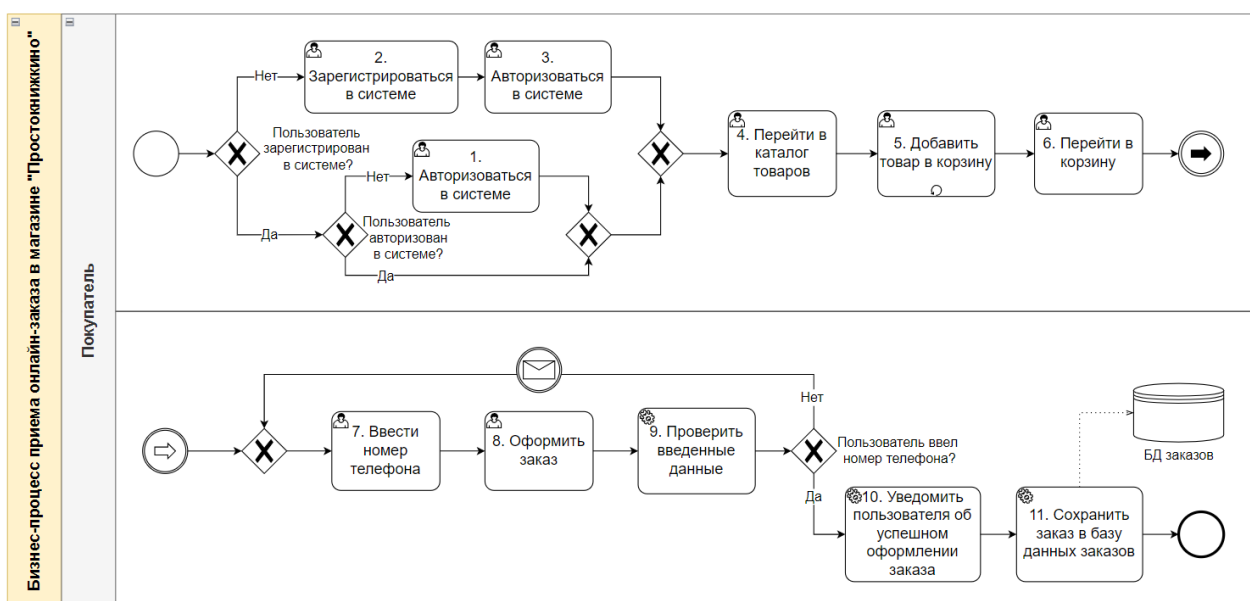


Рисунок 2 – BPMN-схема бизнес-процесса приема онлайн-заказа после внедрения системы автоматизации

Описание бизнес-процесса приема онлайн-заказа в магазине «Простокнижкино» с помощью внедренной системы автоматизации – централизованной платформы управления заказами (далее – Система): если Покупатель уже зарегистрирован в Системе, он авторизуется с помощью Google-аккаунта. Если Покупатель не зарегистрирован, он регистрируется и авторизуется в Системе с помощью Google-аккаунта. Затем Покупатель переходит в каталог муравьиных ферм, добавляет их в корзину и оформляет заказ. Если при оформлении заказа поле для ввода номера телефона было не заполнено, Система просит указать номер. После успешного оформления заказа Система сохраняет его в базе данных.

Пример усовершенствованного процесса обработки онлайн-заказа представлен на рисунке 3.

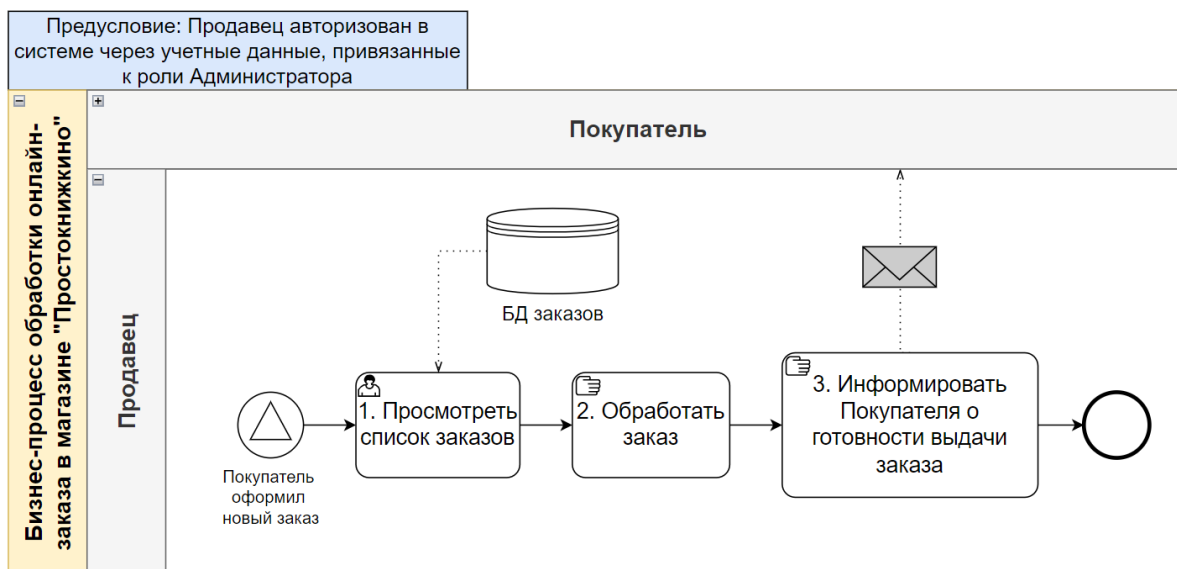


Рисунок 3 – BPMN-схема бизнес-процесса обработки онлайн-заказа после внедрения системы автоматизации

*Предусловие: Продавец авторизован в Системе через учетные данные, привязанные к администраторской роли.

Процесс начинается после того, как Покупатель оформляет новый заказ. Продавец просматривает список заказов через административную панель. Затем обрабатывает заказ, откладывает необходимую позицию для выдачи и проверяет её комплектность. После этого продавец уведомляет покупателя о готовности заказа для выдачи. Покупатель получает информацию о готовности заказа.

Система автоматизирует множество шагов в процессе приема заказов. Покупатели могут оформлять заказы через интерфейс Системы, что устраняет необходимость общения по нескольким коммуникационным каналам. Это упрощает и ускоряет процесс приема заказов, а также снижает вероятность ошибок, связанных с неправильной передачей или неполной информацией.

Аналитика продаж становится более удобной и эффективной с использованием Системы. Она предоставляет инструменты для генерации анализа данных о продажах. Это позволяет легко отслеживать и анализировать производительность онлайн-продаж, выявлять тренды, определять популярные продукты и принимать информированные решения для улучшения бизнес-процесса.

В целом централизованная платформа управления заказами сокращает трудоемкость процесса приема онлайн-заказов ферм, обеспечивает единое место для управления заказами, автоматизирует шаги процесса, а также улучшает возможности аналитики продаж. Это приводит к более эффективному и надежному бизнес-процессу, сокращению времени обработки заказов и снижению вероятности ошибок.

Автоматизация приема и обработки заказов представляет собой логическое продолжение автоматизации процесса продаж. Когда клиенты сделали свой выбор и готовы совершить покупку, надежная система автоматизации заказов может значительно упростить и ускорить этот этап.

Эффективная обработка заказов не только укрепляет доверие и удовлетворенность клиентов, но и способствует оптимизации внутренних процессов

компании, сокращению издержек и повышению общей эффективности бизнеса. Ошибки на любом из этапов обработки заказов могут привести к задержкам, лишним расходам и потере клиентов, что подчеркивает значимость внедрения надежных и гибких систем управления заказами.

Если учитывать все особенности бизнес-процесса, то задача ручного приема и обработки заказа заметно усложняется. Выходом из сложившейся ситуации является автоматизация процесса оформления заказа. Она позволяет минимизировать человеческий фактор и возможность возникновения ошибок, обеспечивает безопасность хранящихся данных с помощью базы данных.

Список цитированных источников

1. Введение в информационный бизнес: учебное пособие / под ред. В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова. – М. : Финансы и статистика, 2007.
2. Стрелец, И. А. Новая экономика и информационные технологии / И. А. Стрелец. – М. : Экзамен, 2003. – 256 с.
3. Алёшкин, С. Новейшие технологии современной торговли / Сергей Алёшкин : независимый эксперт // Оборудование : Технологии и оборудование для магазинов и ресторанов. – 2004. – № 10 (октябрь). – С. 18–24.
4. Репин, В. Моделирование бизнес-процессов в нотации BPMN : пособие для начинающих / В. Репин. – М. : Издательские решения, 2019. – 88 с.

УДК 338.5

Крисюк К. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О. В.

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПО СОКРАЩЕНИЮ ЗАТРАТ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Большое количество затрат при гарантийном обслуживании домов, введенных в эксплуатацию – частая проблема в строительных компаниях, которую необходимо решить.

Актуальность исследования: снижение затрат на гарантийное обслуживание домов на примере организации КУП «Брестжилстрой» и, как следствие, увеличение количества свободных денежных средств в обращении.

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

Объект исследования: затраты при гарантийном обслуживании 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.

Новизна и общественная значимость данной работы отражается в разработке и моделировании нового бизнес-процесса в конкретной организации, с возможностью передачи опыта и внедрения их в другие.

Для начала необходимо разобраться, что же такое бизнес-процесс. Бизнес-процесс – это деятельность рабочего коллектива, направленная на создание