

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ ПОСРЕДСТВОМ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Г. В. Курейчик

Белорусский государственный университет, г. Минск;

logitechx@mail.ru;

науч. рук. – М. В. Минько

XXI век отличается прорывным развитием цифровых технологий, революцией в пространстве информации, ускорением процессов глобализации экономики. Информация приобрела статус ключевого ресурса в общественных и хозяйственных процессах. В статье оцениваются преимущества и выявляются проблемы развития потенциала организации на основе применения ИТ-технологий.

Ключевые слова: информационные технологии; потенциал организации; менеджмент; цифровизация.

Информационные технологии – основа информационной экономики и постиндустриального общества, где информация – стратегический ресурс и обладание им обеспечивает значительные преимущества. Информационные технологии являются тем инструментом, который позволяет оперативно обрабатывать информацию и использовать ее для анализа внешней и внутренней среды, разработки инновационных стратегий.

Объектом исследования была организация бьюти-индустрии и возможности использования в ней цифровых технологий. Исследования показали, что потенциал малых организации в сфере бьюти-индустрии и возможность использования здесь ИТ-технологий, опирается на определенного рода ограничения, которые связаны с действием таких факторов, как [4]:

- отсутствие профессионального опыта у руководителей и специалистов организаций по управлению инновационными проектами и процессами, основанными на внедрении продуктов ИТ-технологий;
- относительно длительный период окупаемости инвестиций в развитие инновационных технологий именно в малом бизнесе ввиду его объемов деятельности, затратности новых продуктов ИТ-технологий и незначительного объема прибыли малых организаций. Отметим, что прибыль в условиях пандемии все более снижается и в ряде случаев организации сферы бьюти-индустрии получают убытки (при снижении количества клиентов);
- сопротивление человеческого фактора, отсутствие технических, организационных, интеллектуальных предпосылок овладением и использованием инновациями;
- существующие значительные риски потерь.

Широкое использование информационных систем в сфере услуг и бьюти-индустрии обеспечивает таким организациям наличие следующих особенностей, способствующих повышению их конкурентоспособности [5]:

- улучшение обслуживания клиентов и расширение сферы взаимодействия с ними, что приводит к повышению лояльности их к организации и обеспечивает для самой бьюти-индустрии;
- своевременное обеспечение менеджеров организаций оперативной информацией для планирования, управления и принятия решений;
- повышение престижа организаций за счет уменьшения числа ошибок, обусловленных неточностью информации;
- возможность осуществления оперативного взаимодействия между сотрудниками компаний;
- увеличение прибыльности бизнеса;
- освобождение организаций от избыточности путем использования реинжиниринга бизнес-процессов.

Эксперты в области экономики отмечают, что использование информационных технологий и информационных систем организациями приводит не только к повышению эффективности бизнес-процессов, но и более эффективному функционированию всей экономики в целом. Но самое важное – это растущие возможности менеджмента управлять ресурсами на этапах жизненного цикла организации, которое обеспечивает эффективное взаимодействие с рынком. То есть, каждая организация обладает потенциалом, который не использует в полной мере. Применение продуктов IT-технологий позволяет решать данную проблему.

Применение IT-технологий в бьюти-индустрии, использование возможностей общения с клиентами в он-лайн режиме, размещение на сайте компании своих продуктов, цен, описание применяемых технологий – неоспоримое преимущество, которое позволяет обеспечить рост лояльности клиентов к такой организации. Менеджмент организаций бьюти-индустрии (администраторы), выполняют, в большей степени организационные и координационные функции. Вместе с тем, они проявляют креативность в способах привлечения новых клиентов, используя возможности IT-технологий, размещая информацию в Интернет-пространстве и получая обратную связь от клиентов. Использование сайтов позволяет производить запись, согласовывать время посещения и консультировать клиентов он-лайн [1].

Отсутствие оценки степени и показателя, в качестве уровня распространения и использования цифровых технологий в бьюти-индустрии, позволили определить этапы внедрения и, соответственно, охват различных бизнес-процессов при использовании IT-технологий (таблица).

Этапы внедрения

Этапы бизнеса	Содержание этапа	Степень использования ИТ-технологий	Последствия
Этап традиционного бизнеса	Работа с клиентами, процессами, технологиями, документами, которые считаются руководством актуальными	ИТ-технологии отсутствуют	незначительные доходы, низкая конкурентоспособность
Этап присутствия цифровизации	Работа над цифровой грамотностью персонала, активизируются бизнес-процессы во всей структуре. Имеют место эксперименты – пилотные исследования в отдельных подразделениях	ИТ-технологии внедряются в бизнес-процессы	
Этап формальной цифровизации	Систематическое использование новых цифровых технологий в организации маркетинговых исследований, в управлении	ИТ-технологии – составляющая деятельности организаций	Последствия: растут доходы и лояльность клиентов, конкурентоспособность
Стратегический этап цифровизации	Намечаются стратегические планы цифровой трансформации компании. На цифровизацию выделяются инвестиции, анализируются достигнутые результаты	ИТ-технологии – основа деятельности организаций	
Этап цифровой конвергенции	Цифровая трансформация поддерживается новой инфраструктурой с ее ролями, бизнес-процессами, знаниями и моделями. Складывается команда, занимающаяся процессами цифровизации, которые создают для руководства новые стратегии и модели развития		
Инновационно-адаптивный этап	Цифровизация неразрывно связана с бизнесом. Новая инфраструктура благоприятна для тестирования появляющихся на рынке технологий и их последующего масштабирования	ИТ-технологии – база принятия управленческих и маркетинговых решений	Последствия: рост доходов, устойчивое развитие, высокая конкурентоспособность

Большинство компаний бьюти-индустрии сегодня находятся на 1-2 этапе цифровизации, что сдерживает их развитие [6].

Следовательно, в качестве стратегического показателя развития организаций бьюти-индустрии можно использовать оценку того или иного

этапа использования ими IT-технологий. Цифровизацию следует рассматривать как показатель оценки адаптации бизнеса к современным IT-технологиям, связанным с использованием программного обеспечения управления бизнесом, цифровыми продуктами, цифровыми бизнес-моделями, цифровыми бизнес-процессами. Их наличие и применение во многом упрощает управление организацией и общение с клиентами.

Сегодня для качественной и продуктивной работы данного сегмента бизнеса разработаны прекрасные сервисы. Программы данного раздела оснащены специальными модулями и функциями, удобны и многофункциональны, помогают эффективно и качественно организовать работу. Обычно данные сервисы оснащены следующими возможностями: контроль сотрудников и простота взаимодействия с клиентами, финансовый и складской учет, начисление заработной платы сотрудникам, контроль доходов и расходов, клиентская база, расчетные и аналитические отчеты для руководителя. Все программы легки в освоении и эксплуатации. Мы рассмотрели более двух десятков вариантов программного обеспечения для бьюти-сегмента, проанализировали отзывы владельцев бизнеса и составили топ-10 CRM: 1. Арника; 2. Beauty Pro; 3. UNIVERSE-Красота; 4. 1С:Салон красоты; 5. LokonCRM; 6. Bookfrom; 7. YCLIENTS; 8. EasyWeek; 9. GBooking; 10. БИТ.Красота.

При выборе «своей» программы следует ориентироваться на ее стоимость, количественный состав организации и владение ее сотрудниками навыками IT-коммуникаций на современном уровне.

Библиографические ссылки

1. *Ананьин, В. И.* Цифровое предприятие: трансформация в новую реальность / В.И. Ананьев, К.В. Зимин, М.И. Лугачев, Р.Д. Гимранов, К.Г. Скрипкин // Информационные системы и технологии в бизнесе. – 2018. – № 7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2018/07/10/1151858968/4.pdf>.
2. *Беляцкий, Н. П.* Креативный менеджмент: учеб. пособие / Н.П. Беляцкий. – Минск: БГЭУ, 2016. – 290 с.
3. *Даньков, В. В.* Моделирование бизнес-процессов и систем: учеб. пособие / В.В. Даньков, М.М. Скрипниченко, С.Ф. Логинова и др. – СПб.: Лань, 2015. – 288 с.
4. *Долганова, О. И.* Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум / О.И. Долганова, Е.В. Виноградова, А.М. Лобанова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 289 с.
5. *Думбляускас, Ю.* Что губит индустрию красоты Беларуси? / Ю. Думбляускас, Т. Пирогова // Индустрия красоты: Белорусский журнал для руководителей. – 2019. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ik1.by/public/upload/ИК_1_2017.pdf.
6. *Жемчугов, А. М.* Полная модель управления организацией / А.М. Жемчугов, М.К. Жемчугов // Современный менеджмент. – 2017. – № 2. – С. 12-21.