

Таблица 1 — Оценка эффективности влияния информационных технологий на уровень производительности труда ОАО «Торгмаш» за период 2020—2022 гг.

Показатели	Период анализа, год			Отклонение, тыс. р.		Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021	2021/2020	2022/2021
Объем производства, тыс. р.	22940	30330	33516	7390,0	3186,0	132,2	110,5
Среднесписочная численность работников, чел.	520	493	462	-27,0	-31,0	94,8	93,7
Численность работников, использующих информационные технологии в производственном процессе, чел.	127	121	118	-6	-3	95,3	97,5
Число отработанных человеко-часов, тыс. чел. час	736,4	854,1	813,6	117,7	-40,5	116,0	95,3
Затраты рабочего времени на производство продукции с использованием информационных технологий, тыс. чел. час	129,8	159,8	161,2	30,0	1,4	123,1	100,9
Производительность труда, тыс. р.	44,1	61,5	72,5	17,4	11,0	139,5	117,9
Показатели эффективности:							
– удельный вес работников, использующих информационные технологии в производственном процессе в общей численности, %	24,4	24,5	25,5	0,1	1,0	100,5	104,1
– отношение затрат рабочего времени на производство продукции с использованием информационных технологий к фонду рабочего времени, %	17,6	18,7	19,8	1,1	1,1	106,1	105,9
– сопоставление темпов роста затрат рабочего времени на производство продукции с использованием информационных технологий и объема производства	—	0,93	0,91	—	-0,02	—	98,0
– сопоставление темпов роста затрат рабочего времени на производство продукции с использованием информационных технологий и производительности труда	—	0,88	0,86	—	-0,02	—	96,9

Примечание — Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Торгмаш»

Заключение. Оценка влияния информационных технологий на производительность — это не просто техническая задача, а междисциплинарная проблема, лежащая на стыке экономики, менеджмента и компьютерных наук. В условиях глобальной конкуренции и стремительного технологического прогресса её решение определяет, сможет ли компания, отрасль или целая страна извлечь максимум пользы из цифровой революции или окажется на обочине технологической гонки. Поэтому исследования в этой области остаются не просто актуальными — они становятся стратегическим приоритетом.

Список цитируемых источников

- 1 Карпенко, Н. С. Роль информационных технологий в современной экономике / Н. С. Карпенко, Р. Н. Дождикова // Материалы Международной научно-технической конференции "Информационные технологии в технических, политических и социально-экономических системах" / Белорусский национальный технический университет. — Минск : БНТУ, 2018. — С. 183.
- 2 Осташко, О. Ю. Информационные технологии в управлении конкурентоспособностью современного предприятия / О. Ю. Осташко // Труды БГТУ. №7. Экономика и управление, 2016. — С. 331-336.
- 3 Цула, А. О. Оценка уровня цифровизации организации / А. О. Цула // Материалы 88-й науч.-техн. конф. профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов (с международным участием) «Цифровизация: экономика и управление производством» / Белорус. гос. технол. ун-т — Минск : БГТУ, 2024. — 345 с.

УДК 005.591.6

В. В. Питель

Государственное учреждение образования «Белорусский национальный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАТРАТ НА ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Введение. Современная экономика стремительно трансформируется под воздействием цифровых технологий, которые становятся ключевым фактором успеха в конкурентной борьбе. В условиях глобализации и ускорения технологического прогресса предприятия вынуждены адаптироваться к новым реалиям, где информационные технологии (ИТ) играют решающую роль в повышении качества, снижении издержек и ускорении вывода продукции на рынок.

Цифровая экономика приносит промышленности ряд возможностей, а также новые вызовы и правила игры на мировом рынке. Положение страны на мировой арене во многом зависит от ее способности адаптироваться к новым условиям [1].

Основная часть. Информационные технологии пронизывают все этапы жизненного цикла продукции — от проектирования и производства до логистики и маркетинга. Они позволяют:

- Оптимизировать производственные процессы за счет автоматизации, внедрения систем управления (ERP, MES) и цифровых двойников, что сокращает время и затраты.
- Повышать качество продукции благодаря системам контроля (CAD/CAM, IoT-датчики) и предиктивной аналитике, минимизирующей брак.
- Ускорять инновации через использование Big Data, искусственного интеллекта и облачных вычислений, что помогает быстрее адаптироваться к запросам рынка.
- Улучшать взаимодействие с клиентами посредством CRM-систем, персонализированного маркетинга и цифровых платформ, повышая лояльность потребителей.

Таким образом, ИТ становятся не просто инструментом, а стратегическим ресурсом, определяющим рыночное преимущество компании [2].

В эпоху Четвертой промышленной революции (Индустрия 4.0) тема влияния ИТ на конкурентоспособность приобретает особую остроту. Пандемия COVID-19 наглядно показала, что предприятия с развитыми цифровыми инфраструктурами оказались более устойчивыми к кризисам. Кроме того, рост конкуренции на глобальных рынках, ужесточение экологических стандартов и запросы на персонализированную продукцию делают внедрение ИТ не выбором, а необходимостью.

Особую значимость анализ приобретает в контексте:

- Цифровой трансформации традиционных отраслей (машиностроение, сельское хозяйство).
- Развития искусственного интеллекта и интернета вещей, открывающих новые возможности для бизнеса.
- Геополитических вызовов, таких как санкции и разрыв цепочек поставок, где технологии помогают находить альтернативные решения.

Сложность в определении экономического эффекта, достигнутого за счет информационных технологий, состоит в том, что полный эффект любого предприятия, как правило, не наступает сразу. Увеличение выручки от реализации продукции, (а значит и прибыли) во время внедрения информационных технологий иногда происходит по причинам, не связанным с проведением этих мероприятий. Именно коммерческая составляющая вызывает больше всего споров в методах оценивания, потому что она должна измеряться в цифрах и показывать эффективность затрат на продвижение. В идеале, эффективность затрат можно вычислить по формуле, где в числителе эффект от информационных технологий, выраженный в количественных показателях, а в знаменателе затраты на информационные технологии, вызвавшие этот эффект.

Наиболее перспективным и адаптированным к современным условиям хозяйствования является оценка эффективности затрат на информационные технологии как формы инвестирования методом ROI (Return of Investment).

Оценка согласно указанной методике по расчету и анализу следующих показателей:

- удельный вес издержек на информационные технологии в обороте (выручке);
- отношение затрат на информационные технологии к чистой прибыли.

Оценка эффективности затрат на информационные технологии ОАО «Торгомаш» методом ROI приведена в таблице 1.

Согласно проведенным расчетам таблицы 1 видим постоянный рост суммы затрат на информационные технологии — на 8,6 и 5,1 тыс. р. или 136,6 и 115,9 % соответственно. Удельный вес затрат на информационные технологии в выручке от реализации составил на 2020 г. величину в 0,1 %, и возрастает за период 2021—2022 гг. на 0,01 и 0,01 % соответственно. Отметим прямую зависимость роста затрат на информационные технологии и роста как выручки от реализации продукции, так и чистой прибыли ОАО «Торгомаш», на что указывают положительные показатели ROI анализа эффективности затрат на информационные технологии предприятия.

Таблица 1 — Оценка эффективности затрат на информационные технологии ОАО «Торгомаш», методом ROI за период 2020—2022 гг.

Показатели	Период анализа, год			Отклонение, тыс. р.		Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021	2021/2020	2022/2021
Выручка от реализации продукции, тыс. р.	24236	29612	31916	5376	2304	122,2	107,8
Чистая прибыль, тыс. р.	2424	2012	3532	-412	1520	83,0	175,5
Бюджет мероприятий на информационные технологии, тыс. р., в том числе	23,5	32,1	37,2	8,6	5,1	136,6	115,9
– затраты организации на приобретение вычислительной техники	9,5	16,2	17,9	6,7	1,7	170,5	110,5
– затраты на приобретение готовых программных средств всех типов	6,6	7,9	9,5	1,3	1,6	119,7	120,3
– затраты на оплату услуг электросвязи	4,6	4,9	6,2	0,3	1,3	106,5	126,5
– прочие затраты на информационные технологии	2,8	3,1	3,6	0,3	0,5	110,7	116,1
Показатели ROI анализа:							
– удельный вес затрат на информационные технологии в выручке от реализации, %	0,10	0,11	0,12	0,01	0,01	111,8	107,5
– отношение затрат на информационные технологии к чистой прибыли, %	0,97	1,60	1,05	0,63	-0,54	164,6	66,0

Примечание — Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Торгомаш».

Заключение. Исследование влияния информационных технологий на конкурентоспособность продукции — это не просто академический вопрос, а практическая задача, от решения которой зависит будущее предприятий и экономик целых стран. Внедрение ИТ перестает быть конкурентным преимуществом и становится обязательным условием выживания в цифровую эпоху. Компании, игнорирующие этот тренд, рискуют оказаться на обочине прогресса, тогда как те, кто эффективно используют технологии, получают шанс занять лидирующие позиции в своей отрасли. Таким образом, актуальность темы будет только возрастать, а ее изучение — способствовать формированию стратегий устойчивого развития в условиях неопределенности и rapid-технологических изменений.

Список цитируемых источников

1 Головенчик, Г. Г. Цифровая трансформация промышленности Китая: опыт для ЕАЭС / Г. Г. Головенчик, Ван Юань; под общ. ред. М. М. Ковалёва. — Минск: Изд. центр БГУ, 2020. — 166 с..

2 Тузиков, А. В. Цифровая трансформация. Основные понятия и терминология : сб. статей / редкол.: А. В. Тузиков (пред.) [и др.] ; Нац. акад. наук Беларуси, Объед. ин-т проблем информатики. — Минск : Беларуская навука, 2020. — 267 с.

УДК 339.138

А. С. Рачицкая, Р. А. Лизакова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНКЕ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Введение. Современный рынок общественного питания характеризуется высочайшей конкурентоспособностью и динамичными изменениями, делая эффективное управление маркетинговыми коммуникациями неотъемлемым фактором успешной деятельности кафе, его процветания. В эпоху возрастающих потребительских ожиданий, появления новых трендов и стремительного выхода новых тенденций задача состоит уже не только в привлечении новых клиентов, но и удержании старых, создании неповторимого опыта взаимодействия с заведением, укрепления положительной репутации. Маркетинговые коммуникации как комплекс инструментов и методик играют решающую роль в диалоге предприятия с целевой аудиторией. Они направлены на формирование лояльности клиентов, удовлетворения их индивидуальных потребностей и предпочтений. В условиях жесткой конкуренции, где каждое кафе стремится выделиться на фоне аналогичных предложений, актуальность маркетинговых подходов многократно возрастает.

Основная часть. Рассмотрим варианты оживления спроса на услуги общественного питания на примере кафе, которое находится в ведомственном подчинении РУП «Белстройцентр» (г. Минск). С момента своего основания в 2009 году компания реализовала ряд масштабных проектов, среди которых особое место занимает открытие уютного кафе на 50 посадочных мест, дополняемого VIP-залом на 25 посадочных мест, расположенном на цокольном этаже здания РУП «Белстройцентр». Целевой аудиторией кафе являются работники самой организации РУП «Белстройцентр», а также специалисты строительной отрасли, прибывающие в столицу со всей Республики Беларусь на семинары и аттестацию. Посетителями кафе также являются: туристы, постоянные гости, работающие в близлежащих организациях, граждане, проживающие рядом с кафе, и т.д. На сегодняшний день кафе работает убыточно, что во многом связано с питанием своих сотрудников, для которых блюда реализуются по себестоимости. Проведенный SWOT-анализ показал, что слабой стороной данного общественного предприятия является сокращение прибыли организации за счет отказа от применения торговой наценки при питании сотрудников предприятия и проведения семинаров за счет предприятия, а также наличие конкурентов, имеющих более длительный график работы.

Для того, чтобы вывести кафе на новый уровень развития, необходимо проработать все его сильные и слабые стороны и рассмотреть варианты предотвращения возможных угроз его деятельности в будущем. Кафе работает на средний ценовой сегмент и это следует учесть в дальнейшем. С целью сокращения нерациональных расходов, в частности, когда сотрудники организации используют дополнительно скидочные карты своих коллег, чтобы забрать продукцию по себестоимости еще и домой, руководству кафе необходимо пересмотреть внешний вид данной карты и добавить на нее фотографию сотрудника. В этом случае администратор-кассир сможет идентифицировать человека и отказать ему в предоставлении повторной скидки. Также необходимо проработать вопрос о снижении представительских расходов, и расходов на проведение семинаров за счет введений определенных лимитов. Следует стремиться к тому, чтобы целевая аудитория кафе смещалась в сторону сторонних потребителей, не имеющих скидок и льгот в кафе. Во-вторых, ориентируясь на сотрудников организации, график кафе приравнен к графику работы РУП «Белстройцентр», т.е. до 16.00 по будням (в выходные — работа по заказам). В результате чего, части потенциальных клиентов, желающих перекусить или поужинать после работы, в том числе и сотрудникам предприятия, приходится рассматривать кафе конкурентов, время работы которых определено примерно