

УДК 005(07)+658.8(07)
ББК 65.291.21я4+65.291.3я4
М50

Ответственные за выпуск:

доктор экономических наук, доцент
В.Е. Ковалев

доктор экономических наук, профессор
Л.М. Капустина

Ответственный редактор

кандидат социологических наук, доцент
О.И. Попова

М50 Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века : материалы XI Всероссийской студенческой научно-практической конференции (Екатеринбург, 24 октября 2023 г.) / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет ; ответственные за выпуск: В.Е. Ковалев, Л.М. Капустина ; ответственный редактор О.И. Попова . — Екатеринбург : УрГЭУ, 2023. — 126 с.

Рассмотрены актуальные проблемы развития менеджмента и маркетинга в организациях разных отраслей и сфер деятельности: специфика управления конкурентоспособностью предприятий; технологии инновационного менеджмента и др. Исследуются вопросы интеграции онлайн- и офлайн-технологий маркетинговых коммуникаций предприятий, инструменты брендинга, особенности международного менеджмента и маркетинга. Представлены результаты маркетинговых исследований по социальным проблемам.

Для студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, а также для широкого круга специалистов в сфере менеджмента.

УДК 005(07)+658.8(07)
ББК 65.291.21я4+65.291.3я4

© Авторы, указанные в содержании, 2023
© Уральский государственный
экономический университет, 2023

Содержание

Agababaeva N.M. Youth in the Modern Labor Market.....	3
Aroslankina I.A. Marketing in Social Networks in Crisis Conditions: Managing Company Reputation and Maintaining Customer Loyalty in the New Realities	5
Belyaev B.O. Development Trends of BTL Technologies in the Russian Market	7
Kazankina M.A. Markets of Opportunities for Russia	9
Kunaeva V.K. The Impact of Social Media Marketing on an Orga- nization.....	12
Shatrova A.Ya. The Impact of Social Media on Business Efficiency	14
Skvortsov D.D. Qualities of a Good Manager: Balancing Soft and Hard Skills	16
Антропов Д.М. Дата-менеджмент в управлении бизнес- процессами: применение четырех уровней аналитики	19
Балихина К.В. Анализ и потребительская оценка ассортимента молотого кофе	21
Белозеров А.Д., Елемесов Д.С. Маркетинг в управлении персоналом.....	23
Бикбов Е.А. Экономическая эффективность деятельности компании	25
Богданова Д.Н. Внедрение инновационных технологий в менедж- менте ресторанного бизнеса	27
Гарипов М.Р. Модель развития торговой организации в условиях влияния экономических санкций.....	30
Горынина М.А. Оценка конкурентоспособности компании на рынке fashion-ритейла.....	32
Джалилов Б.В. Риски предприятий – производителей молочных продуктов	35
Дивисенко С.В. Система менеджмента качества как инструмент повышения конкурентоспособности организации	37
Дрягунова Н.В. Анализ спроса и предложения специалистов в сфере digital-маркетинга.....	39
Закусина Д.Д. Создание контента для социальных сетей.....	42
Капустин М.А. Бизнес-модели: понятие и виды	44
Кошкарров В.В. Электронно-цифровые подписи как фактор повы- шения качества и безопасности услуг доставки	46
Левченко К.Р. Оценка инициатив в области экологии между- народных брендов	48

Дата-менеджмент в управлении бизнес-процессами: применение четырех уровней аналитики

Аннотация. Рассмотрены четыре уровня аналитики данных – дескриптивный, диагностический, предиктивный и прескриптивный; раскрыта их значимость для принятия решений в рамках бизнес-процессов. Понимание и эффективное применение этих уровней аналитики позволит организациям оптимизировать бизнес-процессы, получить конкурентное преимущество и достичь большей эффективности и результативности.

Ключевые слова: управление бизнес-процессами; оптимизация процессов; аналитика данных; аналитический уровень.

Организации при управлении бизнес-процессами (BPM) и их оптимизации для достижения стратегических целей все больше стараются полагаться на дата-менеджмент, принятие решений на основе данных. Многие компании начали вкладывать большое количество средств в технологии, программное обеспечение и инструменты работы с данными. Руководители уверены, что большие инвестиции в дорогие программные решения помогут им автоматически решить проблемы, связанные с анализом данных и последующим принятием решений для оптимизации бизнес-процессов. Однако из-за нехватки дата-грамотности у сотрудников и отсутствия правильной стратегии работы с данными, инвестиции в технологии не приносят ожидаемых результатов.

Чтобы выстроить четкую стратегию управления данными и использовать весь их потенциал в управлении бизнес-процессами, организации должны в комплексе использовать четыре аналитических уровня – описательный, диагностический, прогнозирующий и предписывающий [2].

На базовом уровне описательная (дескриптивная) аналитика дает представление о прошлых и текущих бизнес-процессах. Организации используют описательную аналитику для создания информационных панелей, отчетов и ключевых показателей эффективности (KPI), которые облегчают мониторинг и оценку бизнес-процессов в режиме реального времени. То есть дескриптивный анализ позволяет нам оглянуться на то, что уже произошло в бизнесе, и изучить это при помощи данных.

Переход от «что» к «почему» является областью диагностической аналитики. На этом уровне рассматриваются коренные причины проблем и изменений в бизнес-процессах. Он использует передовые методы, такие как анализ первопричин, корреляцию и регрессию, чтобы понять, почему произошли определенные результаты. Выявив узкие места

или неэффективность, организации могут выявить основные причины неэффективного протекания бизнес-процесса и предпринять целенаправленные действия для улучшения.

Прогнозная (предиктивная) аналитика – это мост между историческими данными и будущими результатами. Используя статистические модели и методы машинного обучения, он прогнозирует потенциальные сценарии и тенденции. В контексте BPM прогнозную аналитику можно использовать для прогнозирования узких мест процесса, спроса клиентов, потребностей в ресурсах и т.д. Предвидя потенциальные проблемы, организации могут принимать предупреждающие меры для снижения рисков и оптимизации процессов.

Предписывающая (прескриптивная) аналитика представляет собой вершину принятия решений на основе данных. В BPM предписывающая аналитика может рекомендовать модификации процессов, перераспределение ресурсов или стратегические изменения для максимизации эффективности и результативности. Это дает организациям возможность принимать обоснованные решения, которые приводят к ощутимым улучшениям в их процессах [1, с. 37–52].

Хотя четыре аналитических уровня открывают огромный потенциал, организации могут столкнуться с трудностями при их эффективной реализации. Качество и количество собираемых данных, наличие аналитического потенциала сотрудников и эффективное использование программного обеспечения являются важными предпосылками.

Таким образом, интеграция принятия решений на основе данных в BPM больше не выбор, а необходимость для компаний, стремящихся оставаться конкурентоспособными в современной динамичной бизнес-среде, поэтому овладение дата менеджментом является одним из главных вызовов управления организацией в XXI в. Понимание четырех уровней аналитики позволят организации сформировать правильное видение данных и аналитики, принимать более разумные решения на основе данных. Все это поможет организации достичь высокого уровня эффективности и результативности в управлении своими бизнес-процессами и как следствие обеспечении устойчивого развития.

Научный руководитель: Н.М. Сурнина, д-р экон. наук, проф.

Библиографический список

1. *Morroу Дж.* Как выжать из данных максимум: навыки аналитики для неспециалистов: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2022. 256 с.
2. *Управление данными в госсекторе. Навигатор для начинающих / под ред. О.М. Гиацинтова, В.А. Сазонова, М.С. Шклярук.* М.: РАНХиГС, 2022. 198 с.