

ков тысяч анонимных резюме, предоставленных клиентами компании, с пометками о том, был ли кандидат отобран на вакансию, приглашен на собеседование, принят на работу [4].

Заключение. Невзирая на все сложности и риски, возможности ИИ колоссальны. 40 % – 60 % организации тратят свою выручку на выплату заработной платы работникам, и большая часть из этих выплат приходится на результат управленческих решений, которые принимаются людьми основываясь на интуиции. Таким образом, в ближайшем будущем искусственный интеллект будет неотъемлемой частью жизни обычного человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитриевич, А. И. Интеллектуальные информационные системы / А. И. Дмитриевич. – Минск, 1998. – 125 с.
2. Искусственный интеллект: помощь или угроза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tsonline.ru/articles/iskusstvennyj-intellekt-pomoshch-ili-ugroza-kruglyj-stol-chast-2>. – Дата доступа: 30.03.2022.
3. Ноткин, Л. И. Искусственный интеллект и проблемы обучения. [Текст]/ Ноткин Л. И. – М.: Педагогика-пресс, 1990. – 132 с.
4. Искусственный интеллект меняет сферу управления персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2017/03/21/682005-iskusstvennii-intellekt-personalom>. – Дата доступа: 31.03.2022.

УДК 339.138

ФОРМИРОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

***К. М. Михайлов, И. В. Голубцов, студенты группы 10503119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик***

Резюме – в настоящее время все более актуальна проблема развития и расширения какого-либо бизнеса в условиях пандемии COVID-19. Даже в случае, если бизнес продолжает работать в условиях пандемии, появляется новая проблема – поддержание достигнутого уровня развития и его повышение при переходе предприятия на удаленную или частично удаленную работу.

Summary – at the present time, the problem of developing and expanding any business in the context of the COVID-19 pandemic is becoming increasingly relevant. Even if the business continues to operate in a pandemic, a new problem arises – maintaining the achieved level of development and increasing it when the enterprise moves to a remote or partially remote work.

Введение. На сегодняшний день принято считать, что Интернет-торговля – одна из немногих сфер экономики, которая развивается стремительными темпами. Какие-либо просчеты могут привести к тому, что многие Интернет-магазины могут закрыться, не успев и открыться. В статье рассмотрены особенности развития Интернет-магазина и продаж в условиях пандемии COVID-19.

Основная часть. В последние годы в мире и в Республике Беларусь повысился спрос на Интернет-торговлю, который говорит об изменении потребительских предпочтений в сторону увеличения покупок в Интернет-магазине нежели приобретение товаров в торговых центрах. Несмотря на то, что торговля через Интернет-магазины в условиях пандемии растет, нельзя утверждать, что она имеет решающее значение в розничной торговле товарообороте страны. Так к примеру, известные Интернет-площадки по торговле товарами, такие как Wildberries, Onliner и Deal, утверждают, что по итогам 2021 года Интернет-продажи выросли на 42 % и товарооборот составил 4,5 % всей розницы. Для сравнения, возьмем Германию, у которой товарооборот по Интернет-продажам составляет 15 % – 20 %. Отсюда может последовать вывод о том, что многие покупатели отказываются от Интернет-магазинов по разным причинам [1].

Например, описание товара в действительности может не соответствовать качеству поставленного товара в реальности. Товар на картинке может выглядеть красиво, а при получении его можно увидеть какие-либо дефекты или наличие тусклого оттенка, не такого как на картинке. Конечно, Интернет-магазин может либо вернуть деньги, либо заменить товар. Но нюансы заключаются в том, что прежде всего человек теряет время на ожидании, а при случае замены одного товара на другой, не будет гарантии того, что придет товар лучше [2].

Другая причина воздержаться от Интернет-торговли – это возможность наткнуться на мошенничество. На сегодняшний день уже выявлено многочисленное количество махинаций мошенников в Интернете, так например существуют, так называемые «веб-сайты клоны», которые имеют одинаковое оформление веб-сайта но отличаются, лишь в доменном имени сайта несколькими символами. Мошенники специально обманывают людей на незначительные суммы, так как из-за нескольких рублей человек не будет подавать в суд на ритейлеров, а просто забудет данный инцидент – на это и рассчитывают преступники.

Чтобы понять развитие Интернет-магазина в условиях пандемии, обратим внимание на рисунок 1, где указано, как часто стали пользоваться Интернет-магазином во время пандемии.

43% респондентов покупали чаще раза в месяц до пандемии

За две недели с начала пандемии сделали покупки более 80%



Рисунок 1 – Проценты использования Интернет магазином во время пандемии и до нее

Источник: Исследования Data Insight

Исходя из Рисунка 1 следует сделать вывод о том, что Интернет-магазин стал пользоваться спросом для тех клиентов, кто раньше когда-либо покупал товары в Интернете.

Заключение. Таким образом, Интернет-магазин принято считать бизнесом, который опережает свое время. Несмотря на пандемию COVID-19, Интернет-магазины продолжают развиваться и удерживать устойчивые позиции в сфере услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Медведева, О. С., Ананьева, В. А. Особенности развития интернет-маркетинга в сфере розничной торговли // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2019. – № 3. – С. 15–18.
2. Акила, Кристиан. Интернет-магазин с нуля. Полное пошаговое руководство / Кристиан Акила. – М.: Питер, 2019. – 203 с.
3. Рассел, Джесси Интернет-магазин / Джесси Рассел. – М.: VSD, 2019. – 830 с.

УДК 331.108.26

HR-СТРАТЕГИИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Ю. А. Мошнина, Е. А. Ходенкова, студенты группы 10503219 ФММП БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик

Резюме – многие компании не развивают и, соответственно, не внедряют стратегии управления персоналом, от чего существенно понижают свою производительность. В связи с этим в данной статье изложены