

тивное планирование и прогнозирование результатов формируют четкие цели, что способствует сохранению и увеличению позиций на рынке. Контроль и оценка эффективности работы предприятия обеспечивает обратную связь, необходимую для внесения изменений в управленческие решения.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что применение системного подхода в разработке механизма управления конкурентоспособностью промышленного предприятия позволяет интегрировать различные аспекты управления и эффективно координировать внутренние процессы. Это способствует повышению уровня адаптации предприятия к изменениям на рынке и создает синергию между поставленными задачами. Предлагаемый подход обеспечивает рациональное распределение ресурсов и усиливает конкурентные позиции, открывая новые возможности для устойчивого роста и инновационного развития.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кулакова В. А. Системный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. 2018. №6 (22).

2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnye-podhody-k-upravleniyu-konkurentosposobnostyu-predpriyatiya-i-ego-produktsiyu> (дата обращения: 14.01.2026).

3. Доброходова А. Г. Методические аспекты управления конкурентоспособностью организации на основе маркетингового подхода // Московский экономический журнал. 2020. № 3. С. 471–480.

4. Процессный подход [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyu-promyshlennogo-predpriyatiya-podhody-problemy-zadachi> (дата обращения: 15.01.2026).

УДК331.108.45:004.77

Л.С. Познякова, ассист.(БГТУ, г. Минск)

### **LMS-ПЛАТФОРМЫ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ**

В условиях стремительной цифровизации, современный корпоративный сектор переживает масштабную трансформацию образовательных процессов. Если ранее основу обучения сотрудников составляли очные лекции и стандартизированные тренинги, то сегодня ком-

пании активно внедряют адаптивные LMS-платформы (от англ. Learning Management System). По данным Global Market Insights (2023), объем рынка корпоративного e-learning к 2032 году превысит \$151 млрд., а 89% организаций считают цифровое обучение критически важным для сохранения конкурентоспособности [1].

В организациях рынка недвижимости, в особенности в риэлтерских организациях и в отделах продаж застройщиков успех бизнеса во многом зависит от компетенций линейного персонала (риэлтеров, агентов по операциям с недвижимостью, менеджеров по продажам). При этом данные специалисты должны обладать компетенциями в разных областях: юридические аспекты, психология продаж, знание ипотечных продуктов, аналитика рынка и др.

Ввиду постоянно меняющихся условий рынка и, как следствие, необходимости непрерывного обучения, а также ввиду высокой текучести кадров актуальным становится вопрос внедрения более эффективной системы обучения, чем классические методы наставничества, основанные на личной передаче опыта «от старшего к младшему». Внедрение цифровых LMS-платформ позволяет создать стандартизированную базу знаний и проводить обучение, в том числе и дистанционное, в максимально короткие сроки.

В зависимости от задач в области обучения персонала и доступных ресурсов компании руководство может выбрать наиболее подходящую LMS-платформу. Существующие решения можно классифицировать следующим образом:

1. Open-source платформы – системы с открытым кодом (например, Moodle), требуют собственных серверов и штата программистов для доработки;

2. SaaS-решения (облачные) – платформы, доступные по подписке (например, iSpring, TalentLMS), не требуют установки, быстро запускаются, но имеют ограничения в кастомизации под уникальные нужды;

3. Корпоративные LXP-системы (Learning Experience Platform) – системы, ориентированные на опыт пользователя, часто интегрированные в сложные HR-системы (например, WebTutor). Такие платформы позволяют не только обучать, но и проводить комплексную оценку персонала, управлять талантами и формировать кадровый резерв [2].

Также компании могут создавать собственную систему обучения, настраивать ее под свои бизнес-процессы и интегрировать с другими своими информационными системами. Но на практике такая

LMS потребует более длительных сроков разработки и больших финансовых вложений по сравнению с готовыми решениями.

LMS-платформа – это не просто хранилище файлов, а комплексная экосистема для управления развитием персонала. В отделах продаж ее функционал помогает решить следующие задачи:

- автоматизация адаптации (онбординг): платформа позволяет создать единую «базу знаний» и стандартов компании. Новый сотрудник в первый же день получает доступ к структурированному курсу, включающему скрипты звонков, правила работы с CRM и этический кодекс. Это снимает нагрузку с руководителей отделов продаж, которым больше не нужно повторять одни и те же основы каждому новичку;

- внедрение микрообучения и мобильных форматов: специфика работы специалиста по продажам в сфере недвижимости предполагает постоянные разъезды и встречи. Короткие видеоуроки и тесты, доступные со смартфона, позволяют сотруднику обучаться «в полях», например, освежить в памяти особенности конкретного жилого комплекса перед показом объекта клиенту;

- повышение вовлеченности в процесс обучения и контроль качества: внедрение геймификации (рейтингов, значков и внутренней валюты за прохождение курсов) повышает вовлеченность персонала, а автоматизированные системы тестирования позволяют объективно оценивать уровень знаний специалистов;

- персонализация обучения: руководители и HR-специалисты могут точно назначать для прохождения отдельным сотрудникам курсы под их проблемные зоны, также как и сотрудник сам может пройти дополнительное обучение по своему желанию, не дожидаясь набора группы для проведения офлайн-занятий;

- стандартизация обучения: обучающие материалы разрабатываются разово (обновляются далее по мере необходимости) и утверждаются заинтересованными лицами, дальнейшее качество передачи знаний не зависит от тренера, который проводит обучение.

Важную роль играет экономическая эффективность цифровых решений. Компании экономят до \$1,300 на сотрудника в год за счет отказа от очных тренингов, аренды помещений и печати материалов (отчет IBM, 2021).

Новые возможности для оптимизации обучения открывает сбор аналитики. Платформы собирают данные о прогрессе, времени, затраченном на модули, и частоте ошибок, позволяя HR-командам прогнозировать потребности, что позволяет компаниями сокращать затраты

на переподготовку, анализируя навыки сотрудников и автоматически назначая курсы по дефицитным компетенциям.

Эти преимущества не только повышают эффективность обучения, но и превращают его в стратегический инструмент для достижения бизнес-целей [3].

Стоит отметить, что для достижения максимальной отдачи от цифровых платформ корпоративного обучения необходимо соблюдать баланс между технологическими инновациями и человекоцентричным подходом. Живые тренинги не стоит исключать полностью, т. к. они позволяют укрепить командные связи, получить индивидуальную обратную связь от ментора, лучше развить гибкие навыки (softskills), а также повысить лояльность и эффективность обучения сотрудников, которые в силу разных причин скептически относятся к цифровым форматам.

Подводя итог, можно сказать, что цифровые LMS-платформы сегодня являются необходимым инструментом повышения эффективности обучения специалистов и масштабирования бизнеса в сфере недвижимости. Они позволяют стандартизировать качество услуг, снизить издержки на обучение, ускорить адаптацию новых кадров, повысить эффективность работы сотрудников и ускорить ими достижение целевых KPI по количеству сделок и конверсии из консультации в договор.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Global Market Insights Inc. Официальный сайт компании Global Market Insights Inc. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gminsights.com/ru/industry-analysis/corporate-elearning-market> (дата обращения: 15.01.2026).

2. Обзор LMS: что это, виды, как выбрать [Электронный ресурс]. URL: <https://zenclass.ru/ponyatno/learning-management-systems> (дата обращения: 15.01.2026).

3. Сивцев Н. Н., Туласынова Н. Ю. Эволюция корпоративного обучения: от традиционных форм к цифровым платформам // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. Серия «Педагогика. Психология. Философия». 2025, Т.38, С.21–32. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-korporativnogo-obucheniya-ot-traditsionnyh-form-k-tsifrovym-platformam> (дата обращения: 15.01.2026).