

**РЕЗЮМЕ**

В статье изучены основные факторы инвестиционной привлекательности страны. С помощью международных рейтинговых организаций, был проведен комплексный анализ различных факторов экономического развития стран, на основе которых была определен ТОП-5 государств, имеющих наиболее привлекательный инвестиционный потенциал.

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность, государственная политика, прямые иностранные инвестиции, страны-лидеры, мировая экономика.

**РЕЗЮМЕ**

У статті вивчені основні чинники інвестиційної привабливості країни. За допомогою міжнародних рейтингових організацій, був проведений комплексний аналіз різних чинників економічного розвитку країн, на основі яких була визначений ТОП-5 держав, що мають найпривабливіший інвестиційний потенціал.

**Ключові слова:** інвестиційна привабливість, державна політика, прямі іноземні інвестиції, країни-лідери, світова економіка.

**SUMMARY**

The basic factors of investment attractiveness of country are studied in the article. By international ratings organizations, the complex analysis of different factors of economic development of countries, on the basis of which was TOP-5 of the states, having the most attractive investment potential is certain, was conducted.

**Keywords:** investment attractiveness, public policy, direct foreign investments, countries-leaders, world economy.

УДК 519. 876. 5. :33

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ**

*Кравченко М.И.*, доцент кафедры экономической теории и государственного управления Донецкого национального технического университета

*Громова Е.В.*, соискатель Донецкого национального технического университета

Эффективность деятельности современной фирмы во многом определяется процессами обработки информации на фирме, и важнейшей компонентой этой деятельности является анализ информации. В целом суть аналитической работы заключается в сборе исходных данных и первичной информации, её обобщении, установлении причинно-следственных связей влияния одних фактов на другие, на основании полученных результатов анализа и имеющегося опыта - агрегирование данных, подготовка аналитических справок, отчетов, и, в конечном итоге – моделировании и прогнозировании развития ситуации [1].

Информационно-аналитическая деятельность призвана обслуживать следующие основные задачи, связанные с деятельностью фирмы [2]:

- обеспечивать поддержку принятия адекватных управленческих решений на всех уровнях и направлениях деятельности фирмы;
- интегрировать все информационные потоки на фирме в рамках единой идеологии и с точки зрения используемых методов управления и решаемых проблем;
- осуществлять координацию и согласование деятельности отдельных подразделений и бизнес-направлений фирмы и др.

Существует целый ряд подходов к пониманию информационно-аналитической деятельности, что, вообще говоря, и неудивительно, учитывая самые различные аспекты, задачи и ситуации, в которых используется данное понятие. С точки зрения данного исследования необходимо подчеркнуть, что каждый подход к пониманию информационно-аналитической деятельности выделяет свой специфический набор методов сбора и анализа информации, полезные эффекты, методы управления информационно-аналитической деятельностью и др. Поэтому моделирование информационно-управленческой деятельности и управление ею наиболее целесообразно реализовывать в рамках конкретной концепции или концепций.

В условиях усложнения среды бизнеса важнейшую роль для успешной деятельности фирмы приобретает информационно-аналитическая работа на фирме. В связи с этим возникает задача оптимизации такой деятельности, для чего необходимо построение моделей влияния информационно-аналитической деятельности (ИАД) на финансовые показатели фирмы.

Однако задача создания достаточно общих моделей такой деятельности фирмы, включая и ее стратегию, исследована крайне недостаточно. В подавляющем большинстве работ, посвященных анализу влияния ИАД на деятельность фирмы, авторы ограничиваются каким-либо одним методом, либо группой родственных методов. Каждый из таких частных подходов позволяет представить лишь один из каких-либо аспектов ИАД. В ряде работ [3, 4] отмечена необходимость комплексного подхода к оценке и управлению ИАД, рассмотрен целый ряд методов и их логические взаимосвязи. Вместе с тем указанные работы посвящены в большей степени оценке ИТ-технологий, т.е. компьютерных технологий, поддерживающих собственно информационно-аналитическую деятельность. Вследствие этого в них недостаточно рассмотрены качественные и численные оценки влияния ИАД на деятельность фирмы, не приведены показатели, отображающие специфику ИАД, а, соответственно, и методы управления ИАД с помощью этих показателей.

Задачей данной работы является построение моделей ИАД фирмы с учетом выбранной стратегии с целью оценки эффективности различных направлений ИАД, и на основании этого управления этой деятельностью.

Наиболее известной и широко используемой идеологией, позволяющей связать стратегию, текущую деятельность и ресурсы фирмы, является концепция системы сбалансированных показателей (ССП), разработанная Р. Капланом и рядом других авторов [5-6]. В этой концепции при разработке стратегии большое внимание уделяется нефинансовым показателям, в частности, человеческому капиталу, а таким образом и тесно с ним связанной ИАД. Для отображения важнейших направлений стратегии и развертывания стратегии в более детальную систему показателей используется так называемая стратегическая карта, представляющая из себя схему с отображением важнейших направлений стратегии и описывающих эти направления показателей, а также взаимосвязи между ними.

Стратегическая карта состоит из нескольких направлений или уровней. Для описания деятельности экономического объекта предложено использовать следующие направления:

- финансовая деятельность, - это запаздывающий индикатор, главный показатель успеха стратегии;
- клиентская составляющая, - описывает стратегию фирмы по привлечению и удержанию клиентов;
- внутренние бизнес-процессы, - опережающий индикатор будущих успехов;
- нематериальные активы, включая составляющую обучения и развития, а также ИАД, - это основной источник устойчивого создания стоимости.

Стратегическую карту необходимо рассматривать для конкретной компании и в рамках конкретной стратегии. Поэтому рассмотрим деятельность крупной торговой компании, занимающейся продажей бытовой техники, в условиях украинской специфики.

Очевидно, что в финансовой компоненте решающим фактором будет долгосрочная прибыль.

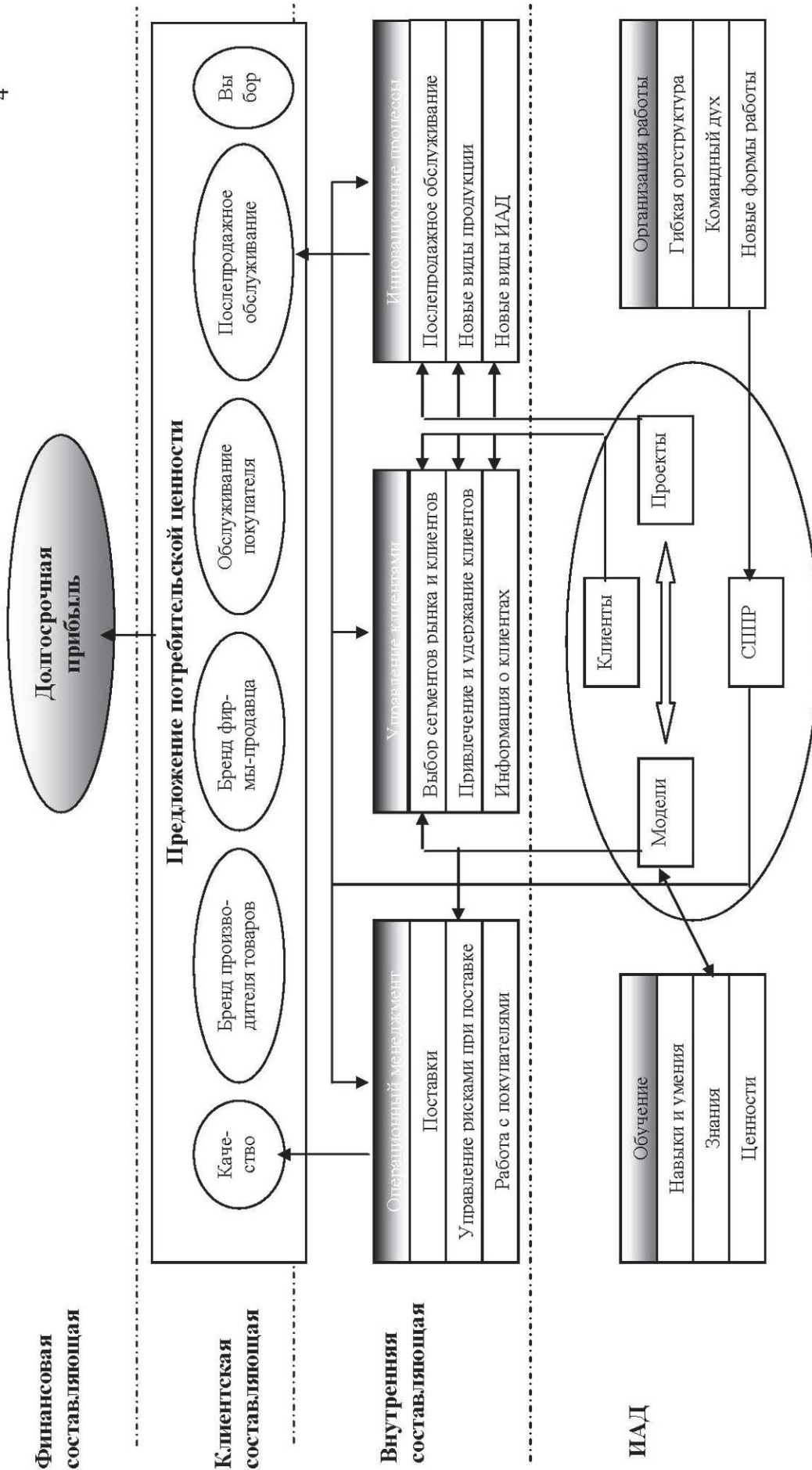


Рис. 1. Составляющая ИАД в стратегической карте торговой компании

В клиентской составляющей выделим следующие основные инструменты:

*Качество* - торговля товарами известных фирм, с гарантированным качеством, что формирует положительный имидж торговой фирмы в глазах покупателей.

*Бренд производителя товаров* – т.е., торговля товарами известных фирм, поскольку именно эти товары привлекают внимание покупателей, позволяя удерживать уже существующих и привлекать новых.

*Бренд фирмы-продавца* – должен ассоциироваться с гарантированным качеством товара, качеством обслуживания, престижностью покупки в данной фирме и т.д.

*Обслуживание покупателя* – включает в себя консультации при выборе нужной аппаратуры, удобство для покупателя форм оплаты, доставка приобретенного товара на дом и т.д.

*Послепродажное обслуживание* – очень важный фактор в сфере продаж современной высокотехнологичной техники: компьютерной, телевизионной, фото и видео и т.д.

*Широкий выбор* – в том числе новейших моделей аппаратуры и оборудования, включает в себя в качестве обеспечивающих механизмов наличие склада, эффективных каналов связи с поставщиками и т.д.

Внутренняя составляющая стратегической карты должна ориентироваться на факторы финансовой и клиентской составляющей, и с такой точки зрения должна включать в себя:

*Процессы операционного менеджмента:*

- поставки продукции как на склад, так и в последующем в магазины фирмы по мере запроса клиентами;
- управление рисками при поставке продукции, ее распределении, востребованности покупателями, (что связано с большой скоростью обновления аппаратуры и риском не продать старые партии);
- работа с покупателями, включая их обслуживание во время продаж, послепродажное обслуживание и т.д.

*Процессы управления клиентами:*

- выбор и обновление целевых сегментов рынка высокотехнологичной аппаратуры, а также клиентов, наиболее перспективных с точки зрения выбранных сегментов;
- привлечение новых клиентов и удержание старых;
- создание и сохранение базы данных о клиентах.

*Инновационные процессы:*

- создание на фирме эффективного сектора послепродажного обслуживания клиентов, что позволит повысить привлекательность продаж, квалификацию персонала и повысить степень удержания клиентов;
- освоение новых видов продукции, включая их выбор, обучение персонала, выбор каналов продаж, маркетинговые мероприятия и т.д.

*Регулирующие и социальные вопросы.*

Четвертый решающий фактор стратегии фирмы так или иначе связан со знаниями, поэтому назовем его составляющей знаний. В рамках этой составляющей выделим отдельно ИАД, и тесно с ней связанные факторы обучения и организационного совершенствования.

В свою очередь ИАД должна включать в себя:

- разработку и постоянный анализ моделей поставок и продаж с целью повышения их эффективности и снижения рисков;
- разработка и сопровождение проектов развития фирмы;
- информационно-аналитическое сопровождение работы с клиентами, что принято называть CRM-идеологией или CRM-деятельностью;
- информационно-аналитическую поддержку принятия решений о деятельности фирмы и др. (более развернутое описание этой деятельности будет приведено далее, при рассмотрении соответствующих моделей).

*Факторы обучения или человеческого капитала:*

- навыки и умения; в условиях постоянного изменения ассортимента товаров, их усложнения, появления новых методов продаж или усовершенствования существующих необходимо постоянное обучение персонала, использование для этого компьютерных технологий;
- знания как способ развития и совершенствование своей деятельности в условиях рисков и быстрых изменений. Очевидно, что знания тесно связаны с ИАД и взаимно обуславливают друг друга. Но если под знаниями принято понимать в большей степени индивидуальный процесс усвоения и анализа информации, то под ИАД более принято понимать результат такой деятельности, а также модели и формальные методы анализа информации;
- ценности как основа системы мотивации и движущая сила всей деятельности и позитивных изменений на фирме.

*Организационное совершенствование:*

- создание гибкой организационной структуры, максимально соответствующей стоящим перед фирмой задачам;
- воспитание командного духа, поскольку только команды способны эффективно работать в условиях жесткой конкуренции;
- освоение новых форм работы.

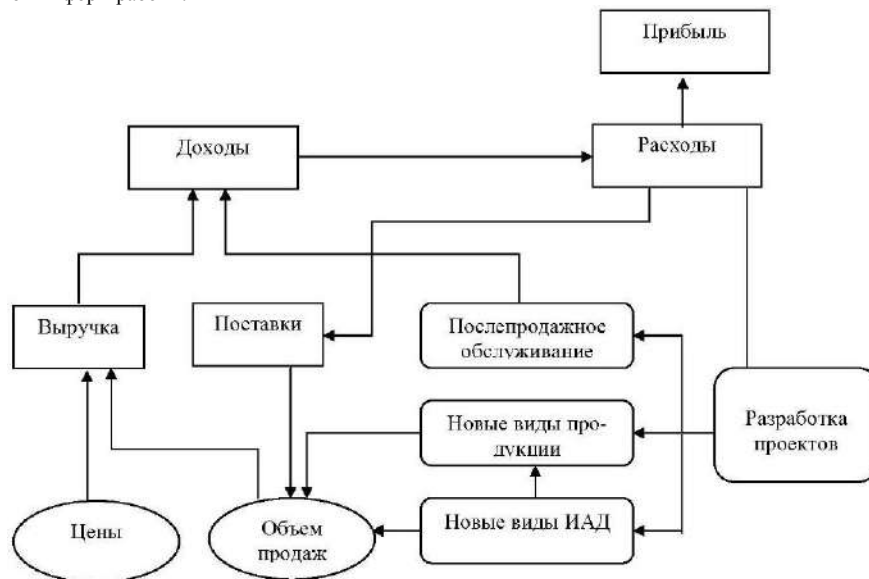


Рис.2. Основные факторы влияния проектной деятельности на прибыль торговой компании  
Построенная с использованием перечисленных показателей стратегическая карта приведена на рис. 1

Как следует из стратегической карты, существует достаточно большое число компонент ИАД, с помощью которых возможно влияние на прибыль компании в долгосрочном плане, в частности, это: разработка различного рода моделей, выбор сегментов рынка и целевых клиентов, получение и анализ информации о клиентах, разработка различного рода проектов, улучшение качества принимаемых решений и др.

Таблица 1.

№ п/п	Название в схемной модели	Выражения для переменных в проектной модели	
		Имя переменной в Powersim	Выражение
1	Прибыль	Profit	Incomes-Expenses
2	Доходы	Incomes	Sales
3	Расходы	Expences	Decision_Making+Purchases-1.5*Operation
4	Закупки	Purchases	900+0.001*TIME
5	Выручка	Sales	Prices*Volume_Sales
6	Цены	Prices	
7	Объем продаж	Volume_Sales	1+Innovation/1000+Man_Klients/250
8	Поддержка принятия решений	Decision Making	100+0.005*TIME
9	Операционная деятельность	Operation	0.3*Decision_Making
10	Инновационные процессы	Innovation	0.3*Decision_Making*TIME^0.3
11	Управление клиентами	Man_Klients	0.5*Decision_Making
12	Финансы	Finansi	2000

Построим далее математическую модель влияния отдельных компонентов ИАД на прибыль фирмы. Поскольку в имитационных моделях или моделях системной динамики нежелательно использование большого количества независимых переменных [7], ограничимся одной частной моделью, описывающей проектную компоненту. Очевидно, для остальных факторов также могут быть построены частные математические модели. Таким образом, стратегическая карта разворачивается в систему математических моделей.

При построении модели учтем, что разработка проектов может влиять на доходы компании тремя основными способами:

- 1) За счет организации послепродажного обслуживания. При этом необходимо различать собственно информационно-аналитическую деятельность (разработка проекта), и деятельность по организации послепродажного обслуживания.
- 2) Путем организации продаж новых видов продукции.
- 3) Новые виды ИАД, которые могут приводить как к увеличению объема продаж и цены товаров, так и использоваться для более качественной разработки проектов.

В результате получим на схемном уровне следующую модель (рис.2):

С использованием представленной на рис.2 схемы в программном пакете Powersim была построена количественная модель влияния проектной деятельности на доходы компании. Значения переменных приведены в табл.1, а используемая модель и результаты расчетов – на рис.3.

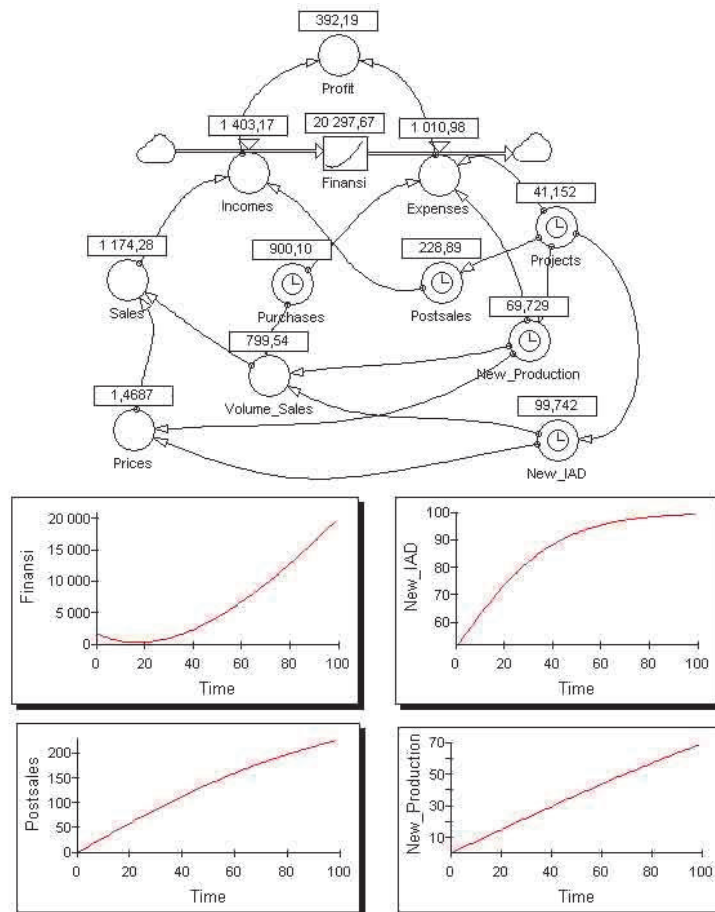


Рис.3. Оценка влияния проектной составляющей на деятельность торговой компании  
При разработке количественной модели были использованы следующие упрощающие предположения:

- затраты на ИАД составляют несколько процентов от выручки торговой компании. Это представляется вполне обоснованным, поскольку положительный эффект от такой деятельности может в десятки раз превышать затраты на нее;

- положительный эффект от рассматриваемых факторов выходит на насыщение, что математически представляется функцией типа:

$$Y = A/(1 + \exp(-k*t)) \quad (1),$$

где А и k – некоторые коэффициенты, t – время;

- шаг времени моделирования выбран равным одной неделе. В таком случае при использовании в модели ста временных шагов получаем время моделирования около двух лет, что разумно для рассматриваемого типа проектов;

- во избежание написания большого количества нулей во всех переменных модели, в качестве единицы измерения выбрана одна тысяча грн., т.е. полученные на графиках (рис.3) финансовые значения необходимо умножить на тысячу.

Логика конструирования математических выражений для рассматриваемых факторов следующая – вначале идут затраты на проект, а затем начинается постепенно возрастающая отдача на проект, причем величина этой отдачи в единицу времени выходит спустя несколько лет на насыщение. В качестве наиболее мощного фактора повышения дохода торговой компании в данной модели выбрано послепродажное обслуживание. Очевидно, что в общем случае это не так, и реализация крупного перспективного проекта в другом направлении может дать более заметный эффект.

Как следует из приведенных на рис.1. графиков, такая компонента ИАД, как разработка и реализация проектов, способна обеспечить устойчивый рост финансового благосостояния торговой компании.

## РЕЗЮМЕ

Рассмотрены вопросы моделирования информационно-аналитической деятельности торговой компании с учетом выбранной стратегии. На первом этапе построения моделей использованы стратегические карты, которые затем преобразуются в модели системной динамики. Построена стратегическая карта крупной торговой компании, и на основе этой карты разработана модель для учета влияния на количественном уровне такой компоненты информационно-аналитической деятельности, как разработка проектов. Показано, что при разумных допущениях вклад этой интеллектуальной компоненты в конечные результаты деятельности компании, может быть заметным и устойчивым на протяжении длительного времени.

**Ключевые слова:** Моделирование, информационно-аналитическая деятельность, стратегическая карта, система сбалансированных показателей, процессы управления клиентами, инновационные процессы, факторы обучения или человеческого капитала, организационное совершенствование.

## РЕЗЮМЕ

Розглянуто питання моделювання інформаційно-аналітичної діяльності торгової компанії з урахуванням обраної стратегії. На першому етапі побудови моделей використані стратегічні карти, які потім перетворюються в моделі системної динаміки. Побудована стратегічна карта великої торговельної компанії, і на основі цієї карти розроблена модель для врахування впливу на кількісному рівні такої компоненти інформаційно-аналітичної діяльності, як розробка проектів. Показано, що при розумних припущеннях внесок цієї інтелектуальної компоненти в кінцеві результати діяльності компанії, може бути помітним і стійким протягом тривалого часу.

**Ключові слова:** Моделювання, інформаційно-аналітична діяльність, стратегічна карта, система збалансованих показників, процеси управління клієнтами, інноваційні процеси, фактори навчання або людського капіталу, організаційне вдосконалення.

## SUMMARY

The problems of information-analytical modeling of the trading company are considered taking into account the chosen strategy. At the first stage of models construction a strategic maps are used which then converted to the system dynamics models. The strategic map of a big trading company is constructed and on the basis of this map the model has been developed to account the influence on the quantitative level of such component of information-analytical activities as project development. It is shown that under reasonable assumptions the contribution of the intellectual component in the final results of the company may be significant and sustained for a long time.

**Keywords:** modeling, information and analytical activities, strategy map, balanced scorecard, customer management processes, innovation, learning factors or human capital, organizational improvement.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Духонин Е.Ю., Исаев Д.В., Мостовой Е.Л. и др. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management – М.: Альпина Бизнес Букс – 2005. – 269 с.
2. 45. Комов С. Аналитика и разведка в организации – чем работать? // Корпоративные системы – 2005. - № 5.
3. Данилин А.В., Слюсаренко А.И. Архитектура и стратегия. «Инь» и «янь» информационных технологий – М.: ИНТУИТ.РУ – 2005. – 504 с.
4. Скрипкин К.Г. Экономическая эффективность информационных систем – М.: ДМК Пресс – 2002. – 256 с.
5. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию – М.: Олимп-Бизнес – 2005. – 320 с.
6. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты – М.: Олимп-Бизнес – 2005. – 512 с.
7. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятия (индустриальная динамика) – М.: Прогресс – 1971. – 340 с.

## УДК 330.1

### СУЩНОСТЬ ЦЕНЫ ПРОДУКТА НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Кузнецова М.А., к.э.н., доцент каф. экономической теории, Одесская национальная академия связи им.А.С.Попова*

Современное общество характеризуется процессом перехода к информационному. Данная трансформация сопровождается изменением содержания категорий товарных отношений и определяет тенденцию к изменению фундаментальных основ традиционных стоимостных связей. Наиболее наглядно данный процесс проявляется в сущностном изменении категории цены, рассматриваемой по отношению к результатам научной деятельности т.к. именно наука и ее продукт сегодня становятся основой экономического развития общества.

Относительно проблемы стоимости, цены и ценообразования существуют разработки многих отечественных и зарубежных авторов. Среди авторов в СНГ можно выделить Козлову К.К., Никитина С.М., Энтова Р.М., и др. К зарубежным экономистам, развивающим данные проблемы, можно отнести: Д. Бела, Дж. К. Гэлбрейта, П. Дракера, П. Дугласа, А. Маршалла, М. П. Хейне и др.

Проблема развития информационного общества сегодня является приоритетным направлением исследований многих как зарубежных, так и отечественных ученых-экономистов. Наибольший вклад в решение задач информационного общества внесли такие экономисты в СНГ как Геец В., Горбатенко В., Делягин М., Иноземцев В., Мелюхин И., Мочерный С., Назейкин А., Нижегородцев Р.М., Пусенкова И., Чухно А., Яковец Ю. и др.