

15. *Портер, М.* Международная конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. — М. : Междунар. отношения, 1993. — 896 с.
16. *Томпсон, А. А.* Стратегический менеджмент: концепции и ситуация для анализа / А. А. Томпсон, Дж. Стрикленд III ; 12-е изд. ; пер. с англ. — М. : Вильямс, 2006. — 928 с.
17. *Смирнов, Э. А.* Основы теории организации : учеб. пособие для вузов / Э. А. Смирнов. — М. : Аудит : ЮНИТИ, 1998. — 376 с.
18. *Киселев, А. Г.* Основы организационного моделирования (бизнес-моделирования) [Электронный ресурс] / А. Г. Киселев. — Режим доступа: <http://orgstructura.ru/organizational-modelling-methodology>. — Дата доступа: 05.09.2018.
19. *Григорьев, Л. Ю.* Организационное проектирование на основе онтологий: методология и система ОРГ-Мастер // Л. Ю. Григорьев, Д. В. Кудрявцев // Науч.-техн. ведомости СПбГПУ. Серия «Информатика. Телекоммуникации. Управление». — 2012. — № 1. — С. 21—28.
20. *Варачева, Н. В.* Оптимизация информационного поля туристического бизнеса : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Н. В. Варачева. — М., 2001. — 25 с.
21. *Лемешев, М. Я.* Оптимизация рекреационной деятельности / М. Я. Лемешев, О. А. Щербина. — М. : Экономика, 1985. — 160 с.
22. *Олейников, Е. С.* Оптимальные модели развития и размещения мест курортно-рекреационного обслуживания / Е. С. Олейников // Проблемы и методологические основы районной планировки. — Киев : КиевНИИГрадостроительства, 1978. — 62 с.
23. *Wennergren, B.* Probability estimates of recreation demands (Вероятностные оценки рекреационных потребностей) / B. Wennergren, D. B. Nielsen // Journal of Leisure Research. — 1970. — Vol. 2, № 2. — P. 155—167.
24. *Gunn, C.* Tourism planning: Basics, concepts, cases (Планирование туризма: основы, концепции, примеры) / C. Gunn. — Philadelphia, PA : Taylor & Francis, 1994. — P. 3—55.

УДК 557

А. А. Курилик, М. М. Хованская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

## ЗАПАСЫ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА СКЛАДАХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ

**Введение.** На территории Республики Беларусь одной из наиболее значимых проблем промышленных предприятий является проблема наличия больших складских запасов готовой продукции, в свою очередь это негативно сказывается на оборотных средствах, что в результате неблагоприятно отражается на финансовом состоянии предприятий и экономике страны в целом.

**Основная часть.** Объем запасов готовой промышленной продукции на складах предприятий Республики Беларусь на 1 января 2018 года в денежном выражении составил 3 850,5 млн р. По отношению к среднемесячному объему промышленного производства величина складских запасов составила 61,3 % (рисунок 1).

Большая часть запасов приходится на организации, подчиненные республиканским органам государственного управления, — 720,2 млн р. В организациях, подчиненных местным исполнительным и распорядительным органам, — на сумму 23,7 млн р. На долю юридических лиц без ведомственной подчиненности приходится запасов на 204,7 млн р.

В горнодобывающей промышленности соотношение запасов готовой продукции и среднемесячного объема производства составило 7,3 % (на 1 июня 2017 года — 11,5 %), в обрабатывающей — 71,8 % (77,5 %), в том числе в пищевой промышленности — 73,4 % (59,5 %), деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной отрасли, издательской деятельности — 79,1 % (110,2 %) [1].

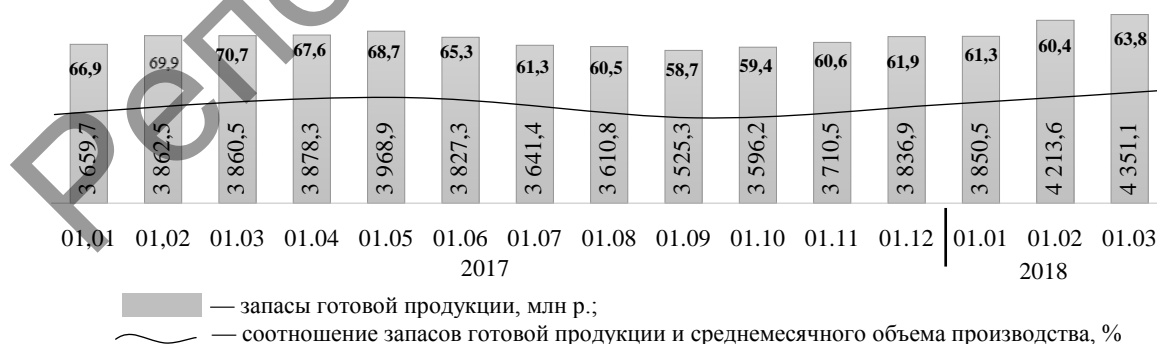


Рисунок 1 — Запасы готовой продукции промышленных предприятий в 2017—2018 годах

Примечание. Источник: [2].



Рисунок 2 — Уровень запасов готовой продукции по областям Республики Беларусь, %

Примечание. Источник [2].

В металлургическом производстве этот показатель на 1 июня нынешнего года составил 29 % (37,2 %), в производстве электрооборудования — 78 % (114,9 %), резиновых и прочих неметаллических минеральных продуктов — 92,9 % (97,1 %), транспортных средств и оборудования — 119,3 % (172,6 %) [4].

По отношению к среднемесячному объему промышленного производства наибольший уровень складских запасов был на предприятиях областей республики, отраженных на рисунке 2.

Наибольший удельный вес в запасах готовой продукции Минска занимает продукция организаций по производству машин и оборудования (18,2 %) и по производству транспортных средств и оборудования (17,5 %).

Наименьший уровень складских запасов традиционно зафиксирован в Витебской (37,3 %) и Гомельской (23 %) областях, где находятся нефтеперерабатывающие заводы [3].

Наиболее высокий уровень запасов готовой продукции по итогам семи месяцев сложился в производстве текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха (в 3,4 раза превысил среднемесячный объем производства), основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов (в 2 раза), вычислительной, электронной и оптической аппаратуры (в 1,7 раза) [4].

Запасы легковых автомобилей, на которые после запуска завода «БелДжи» обращается особое внимание, выросли: на 1 января на складах было 770 легковых автомобилей, на 1 августа — уже 1 348 штук (это автомобили всех действующих в Беларуси трех производителей) [1].

К основным причинам затоваренности складов предприятий машиностроения Республики Беларусь относятся: физический и моральный износ оборудования; падение внешнего спроса на белорусскую продукцию; неконкурентоспособность продукции, ухудшение экономической ситуации в соседних странах-партнерах; неудачные попытки диверсификации зарубежных рынков в целом.

Еще одной из причин больших запасов готовой продукции в Республике Беларусь является тот факт, что предприятия республики не способны быстро реагировать на изменение потребностей рынка в товарах. Цеха и заводы, которые были построены во времена СССР, не способны создать гибкое производство, что негативно сказывается на экономике страны.

К основным мероприятиям, которые позволят снизить запасы готовой продукции на складах Республики Беларусь, можно отнести: системное техническое переоснащение; продвижение собственной товаропроводящей сети и диверсификации сотрудничества с торговыми сетями страны; рациональное использование необходимого для производства количества сырья и материалов, снижение материалоемкости повлечет повышение экономической эффективности производства, так как экономное расходование топливно-энергетических и материальных ресурсов обеспечивает снижение себестоимости продукции; совершенствование нормирования производства; поиск новых поставщиков сырья и материалов, а также завоевание новых сегментов на рынке; структурная перестройка производств с учетом потребностей отечественного и зарубежного рынков; развитие стратегического маркетингового планирования; проведение оперативного мониторинга рынков конкурентной среды как внутри страны, так и за ее пределами; приватизация предприятий, отмена доведения планов; разработки и актуализации перечня приоритетных и социально значимых рынков для развития конкуренции; изменение системы мотивации персонала.

**Заключение.** Для выхода из сложившейся ситуации необходимо применение определенных мер, описанных выше, которые позволят в значительной мере оптимизировать системы сбыта готовой продукции. На данный момент в Республике Беларусь проводятся мероприятия по применению рыночной, товарной и ценовой стратегии, заключаются новые партнерские соглашения с предприятиями разных стран.

#### Список цитируемых источников

1. Запасы готовой продукции в белорусской промышленности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://naviny.by/new/20180327/1522132194-zapasy-gotovoy-produkcii-v-belorusskoy-promyshlennosti-v-marte-sostavili-435>. — Дата доступа: 14.11.2018.

2. Объем промышленного производства в Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.doingbusiness.by/poitogam-vosmi-mesyacev-obem-promishlennogo-proizvodstva-v-belarusi-snizilsya-na-18>. — Дата доступа: 14.11.2018.
3. Запасы готовой продукции [Электронный ресурс] / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/metodologiya/kratkiy-glossariy-statisticheskikh-terminov/8/>. — Дата доступа: 14.11.2018.
4. Что лежит на складах белорусских производителей [Электронный ресурс] / Новости tut.by. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/606221.html>. — Дата доступа: 14.11.2018.

УДК 330.4

Д. В. Лабун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

## БИЗНЕС-АНАЛИТИКА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Введение.** Глобальная цифровизация мировой экономики, происходящая на наших глазах, коренным образом меняет рынки, социально-экономические отношения, способы и возможности ведения бизнеса. Наиболее заметно это проявляется в высокотехнологичных отраслях (ИТ, телекоммуникации, финансы, торговля), однако в обозримом будущем процессы так называемой цифровой трансформации станут тотальными. Согласно исследованиям IDC, за последние пять лет технологии уже существенно изменили компании, появились новые игроки, а стратегический фокус участников рынка заметно сместился в сторону клиента.

Некоторые считают цифровую трансформацию бизнеса базисом для корпоративной стратегии на ближайшие годы. Таким образом, организациям необходимо выстроить свою информационную систему управления и как следует использовать аналитические модели и приложения для принятия управленческих решений, отвечающих требованиям цифровой трансформации.

**Основная часть.** В настоящее время происходят стремительные преобразования глобального информационного пространства, которые затрагивают рынок, общество, бизнес и государство. Мы наблюдаем зарождение и участвуем в развитии так называемой «цифровой экономики», законы которой еще не до конца осознаны. То, что сегодня подразумевается под термином «цифровая трансформация» (digital transformation) для предприятия, означает, что цифровые технологии не только существенно влияют на эффективность его работы, а коренным образом меняют его структуру, деловые процессы, принципы организации и методы управления. В конечном счете цифровая трансформация уже сегодня определяет рыночные перспективы и ценность предприятий на рынках товаров и услуг массового спроса (FMCG), финансовом, телекоммуникационном, массмедиа, электронной коммерции и др. [1].

В связи с этим для крупных предприятий, попавших в зону действия цифровой экономики, особое значение приобретает качество и скорость информационно-аналитической поддержки корпоративного управления.

Чтобы комплексно рассмотреть возможности и цели бизнес-аналитики, необходимо выяснить, чем является бизнес-анализ, по принципам которого она осуществляется.

Бизнес-анализ — это дисциплинарно разработанный процесс превращения поступающих данных в информацию в целях увеличения конкурентоспособности предприятия и его общей эффективности. Он построен на изучении коммерческих целей и разработке путей решения проблем, возникающих на пути их достижения.

Специалист, проводящий бизнес-аналитику, должен владеть всем методологическим инструментарием бизнес-анализа и комплексно подходить к преобразованию информации в решения. Ожидаемый результат его работы — разносторонняя и полномасштабная экспертная оценка с предлагаемыми рекомендациями по последующим действиям заказчика. Стоит понимать, что бизнес-анализ — это научное исследование явлений, разработка методик и комплексных мер, своеобразная дисциплина, а бизнес-аналитика — практическое применение разработанных бизнес-анализом знаний и методологий [2].

Согласно многим исследованиям и опросам, популярность бизнес-аналитики растет. Однако результаты, которых достигают компании, использующие инструменты бизнес-аналитики, сильно разнятся. Как отмечают авторы исследования Bloomberg Businessweek, многие компании в последние годы обратились к бизнес-аналитике, стремясь извлечь максимум пользы из своих данных. Как выяснилось, 97 % компаний с доходом свыше 100 млн дол США используют ту или иную форму бизнес-аналитики, что на 90 % больше, чем еще два года назад. Однако только в одной из четырех компаний уверены, что использование бизнес-аналитики было «крайне эффективным» для принятия решений. Это сильно отличается от тех обещаний, которые давали многие специалисты в этой области [3].

Общие выводы, полученные в результате исследования Bloomberg Businessweek, таковы:

1) бизнес-аналитика по-прежнему находится на начальной стадии развития. Несмотря на то, что она уже вошла в число распространенных технологий, большинство компаний все еще полагаются на традиционные технологии. Электронные таблицы — инструмент номер один, использующийся в бизнес-аналитике;