

менения размеров отраслей, внутренней структуры предприятия при-быль при фактических показателях окупаемости ресурсов может возрасти.

Выводы модельного анализа важны как для предприятия со сложившейся системой хозяйствования и адаптированного к новым условиям, так и подлежащего реформированию. Однако на первый план выдвигаются вопросы трансформации производственных отношений.

Целью реформирования является формирование организационно-экономической системы хозяйствования, обеспечивающей наиболее эффективное использование внутриотраслевых резервов для дальнейшего устойчивого роста производства сельскохозяйственной продукции, гарантирующего продовольственную безопасность государства.

М.А. Дубовик, О.В. Андреева
БГЭУ (Минск)

ЛОГИКО-ВЕРОЯТНОСТНЫЕ МОДЕЛИ РИСКА В БИЗНЕСЕ С ГРУППАМИ НЕСОВМЕСТИМЫХ СОБЫТИЙ

В мировой литературе имеется большое количество публикаций по методам классификации объектов в эконометрике. Однако в них недостаточное внимание уделяется применению логико-вероятностного метода (ЛВ-метод) к классификации объектов и количественной оценке их риска. ЛВ-метод предназначен для оценки риска в структурно сложных технических системах. Но этот метод не способен решить для бизнеса следующие задачи:

- рассматривать события более, чем на двух уровнях, так как в бизнесе события часто имеют до 10 уровней;
- провести идентификацию ЛВ-модели по статистическим данным;
- создать структурную и логическую модель риска для бизнеса, так как здесь ЛВ-модели являются ассоциативными, построенными на здравом смысле связей событий;
- провести оценку и анализ риска не для одного объекта, а для всех объектов в статистических данных;
- дать анализ точности самой модели риска.

Оценим решение статистической задачи классификации объектов риска с помощью ЛВ-модели. Учет динамики производится через переобучение ЛВ-модели по мере поступления новой информации. В системах риск является обычным элементом и существует достаточное количество статистических данных об объектах риска. Это могут быть банковские риски, риски в бизнесе, риски в страховании, риски, связанные с коррупцией и др. Риск понимается как вероятность неуспеха.

Считается, что система имеет однородные объекты риска (например, кредиты в банке). Объект риска описывается большим набором признаков. Каждый признак имеет несколько градаций (от 2 до 10).

Итоговое событие также имеет несколько градаций (в простейшем случае успех или неуспех объекта). ЛВ-подход к риску является комбинаторным, так как рассматриваются все комбинации градаций и понятие их коррелированности отсутствует.

После идентификации (обучения) ЛВ-модели риска по статистическим данным (определение вероятностей событий-градаций) она используется для оценки риска новых объектов, их классификации и решения задач анализа и управления риском в системе.

Задачу риска неуспеха нужно рассматривать как комплексную, состоящую из численной оценки неуспеха, классификации объектов или состояний объектов по величине риска, определения цены за риск, анализа вкладов признаков и градаций в риск объекта и в средний риск объектов, анализа вкладов признаков и градаций в точность самой логико-вероятностной модели риска.

В настоящей работе особое внимание уделено обоснованию и строгому изложению вопросов моделирования и анализа риска неуспеха в бизнесе с использованием ЛВ-моделей с группами несовместных событий. Рассмотрена задача о взятках или оценке квалификации персонала банка как дополнение к основной задаче анализа кредитной деятельности банка.

Основными результатами настоящей работы являются.

1. Теория ЛВ-оценки, моделирования и анализа риска в бизнесе с учетом ГНС; приведена связь между условными вероятностями в ГНС на основании формулы Байеса для случая ограниченного количества информации.

2. Изложена методика идентификации ЛВ-моделей риска по статистическим данным и анализа риска объектов и самой логико-вероятностной модели, являющейся основой управления риском.

*А.Л. Каленчик
БГЭУ (Минск)*

WEB-ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

На сегодняшний день сложно представить эффективную работу туристической фирмы без использования услуг Интернета.

Интернет используется практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристической фирмы, что включает поиск и привлечение клиентов в качестве коммуникационного и маркетингового инструмента.

Одним из способов использования рекламы в сети Интернет является разработка и создание Web-сайта. Это удобный канал связи клиентов с туристическими фирмами.

Для разработки сайта используются приложения по проектированию и разработке Web-сайта: FrontPage, Dream weave — одна из самых