

способность цены поставок; компетентность и качество логистических услуг; возможность отслеживать грузы; частота, с которой поставки достигают получателя в запланированные или ожидаемые сроки.

По итогам 2020 г. Республика Беларусь заняла 120-е место среди 160 оцененных исследованием стран, разместившись по соседству с Ямайкой и Тринидадом. По всем критериям в нашей стране отмечено ухудшение [4].

То есть анализ LPI может использоваться как для комплексной оценки развития логистики страны, так и для факторного анализа ее логистической привлекательности. Вместе с тем в нем отдельно не рассматриваются факторы, определяющие транзитные возможности государства.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что вопрос о выборе конкретной методики оценки транзитного потенциала остается дискуссионным и допускает вариативность ответа, которая определяется целью и задачами конкретного проекта. Это формирует множественность альтернатив ведения проблемно ориентированных исследований, но и усложняет работу по сопоставлению и использованию их результатов в разных областях администрирования.

Источники

1. Транспорт и логистика [Электронный ресурс] // Президент Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnyye-otrasli/sfera-uslug/transport-i-logistika>. — Дата доступа: 10.10.2021.

2. Романькова, Т. В. Методические аспекты оценки транзитного потенциала региона / Т. В. Романькова // Весн. Магілёўс. дзярж. ун-та імя А. А. Куляшова. Сер. Д. Эканоміка, сацыялогія, права. — 2020. — № 1 (55). — С. 20–23.

3. Logistics Performance Index [Electronic resource] // World bank. — Mode of access: <https://lpi.worldbank.org/>. — Date of access: 09.10.2021.

4. Всемирный банк удивил логистов [Электронный ресурс] // Logists — Режим доступа: <https://logists.by/logistics/logistics-management/vsemirnyy-bank-udivil-logistov>. — Дата доступа: 08.10.2021.

<http://edoc.bseu.by/>

М. В. Каменев, А. Ю. Коршиков

Научный руководитель — кандидат психологических наук З. В. Пунчик

КРИТЕРИИ ВЫБОРА VI-СИСТЕМЫ

Существует огромный выбор программных продуктов для компаний, желающих автоматизировать отчетность, получить полную картину ключевых показателей эффективности внутренних и внешних процессов и обеспечить более высокий уровень бизнес-аналитики в целом. На рынке представлены буквально сотни предложений продуктов на выбор: поиск по запросу «программное обеспечение для бизнес-аналитики» выдает свыше 24 млн ответов. Большинство продуктов бизнес-аналитики функционально во мно-

гом аналогичны, и существует распространенное мнение, что чем крупнее компания-поставщик, тем качественнее продукт, который она может предоставить, однако это не совсем так. Кроме того, объективный выбор BI-системы для компании затруднен тем, что порядка 50 отдельных поставщиков (вендоров) в данной сфере используют сервисы AdWords для повышения эффективности рекламы своих программных продуктов.

Таким образом, при выборе BI-системы для конкретной компании с большой долей вероятности возникают проблемы с выбором определенного поставщика.

Чтобы упростить процесс принятия решений, большинство компаний составляют список предпочтительных поставщиков на основе определенного набора критериев, а затем приглашают компании, включенные в данный список, для определения подходящего вендора. Зачастую это представляет собой сложный процесс RFI с обширными контрольными списками, в которых различные продукты сравниваются по ряду критериев и факторов. Большинство оценок содержат длинный список функциональных критериев как с точки зрения технологий, так и с точки зрения бизнеса. После обзоров продуктов, в соответствии с этими критериями, их необходимо оценить, а затем ранжировать, создавая итоговую оценку, которая определяет победителя. Объективная оценка поможет найти наилучшее решение для организации [1].

На практике уже выработаны основные критерии, которые компании должны учитывать в процессе выбора инструмента бизнес-аналитики [1]. К ним относят следующие:

1. Гибкость системы. Есть суждение, раскрывающее сущность ERP-систем: «Они как цемент — вы можете залить его так, чтобы он выглядел как угодно, но как только он высохнет, вы будете не в состоянии его изменить». Многие современные решения для бизнес-аналитики включают обширные инфраструктурные проекты — создание жестких хранилищ данных и небольших армий гиперкубов OLAP в течение нескольких месяцев — с фактическими приложениями, достигающими конечных пользователей только в самом конце проекта.

Хотя эти реализации могут обеспечить реальную ценность для бизнеса, их успех зависит от четкого понимания бизнес-факторов и требований в начале проекта. Как известно, аналитическое проектирование обычно представляет собой итеративный процесс. Для компаний, где направление бизнеса быстро меняется или где раньше не было четкой программы анализа, возможность быстрого изменения аналитических приложений после их развертывания оказывает значительное влияние на успех проекта.

2. Скорость внедрения. Точно так же, как маркетологи говорят о предоставлении «целостного продукта», а не просто части общей технологии, компании должны учитывать время, необходимое для внедрения полного рабочего решения, которое позволит бизнес-пользователям ответить на бизнес-вопросы. Здесь нужно следить за двумя показателями: временем до

развертывания первого приложения конечному пользователю и общим временем развертывания для всего проекта.

Точного времени внедрения BI-системы не существует, так как каждый проект сильно варьируется. Это зависит от объема данных, количества ключевых показателей эффективности, существующей или несуществующей инфраструктуры, совершенно новой или расширяющейся системы бизнес-аналитики.

Новые проекты BI занимают гораздо больше времени, чем расширение существующей системы с помощью дополнительных ключевых показателей эффективности.

Для новых проектов в среднем за 8 месяцев оптимизируется работа с хранилищем данных и 1 полноценный дашборд. За год — 3 дашборда по 10–15 KPI (ключевой показатель эффективности) в каждом. Данные показатели могут варьироваться в зависимости от количества KPI и объема данных в компании [2].

На сегодняшний день многие из доступных решений для бизнес-аналитики являются «тяжелыми для инфраструктуры», с обширной работой по развертыванию перед применением. При выборе подходящего поставщика компании должны знать о сроках, которые требуются поставщикам для реализации, и о том, как эти сроки соответствуют их ожиданиям и требованиям к проекту. Во время оценки вендоров компании должны обязательно включить по крайней мере одного поставщика с опытом быстрого развертывания (от начала до конца — 1 месяц или менее), чтобы они могли взвесить преимущества и недостатки в процессе оценки.

3. Простота использования. Компания-поставщик может обещать создать самую мощную и сложную систему бизнес-аналитики в мире. Но если никто в компании не использует ее, потому что она слишком сложна для понимания, система будет бесполезной.

Простота использования оценивается с двух сторон: во-первых, для конечных пользователей, которые фактически используют приложения, во-вторых, для IT-отдела, который поддерживает и изменяет приложения бизнес-аналитики. И то, и другое оказывает значительное влияние на успех BI-системы в долгосрочной перспективе. Несмотря на это, простота использования часто упускается из виду в процессе выбора бизнес-аналитики. Возможно, потому, что это атрибут, который трудно измерить, и стандартный процесс RFI не решает эту проблему.

Таким образом, несмотря на огромное обилие вендоров BI-систем на рынке, необходимо ответственно подходить к выбору оптимального. Ведь от качества выбора BI-системы во многом зависит успех компании в целом. Учитывая перечисленные в рамках статьи факторы: скорость внедрения, гибкость и простота использования, компании могут значительно улучшить качество бизнес-аналитики и на основе полученной информации выстроить пути достижения долгосрочных целей.

Источники

1. *Sherman, R.* Business Intelligence Guidebook: From Data Integration to Analytics / R. Sherman. — USA : Morgan Kaufmann, 2015. — 550 p.
2. What is the average time for a BI implementation [Electronic resource] // Quora. — Mode of access: <https://www.quora.com/What-is-the-average-time-for-a-BI-implementation>. — Date of access: 10.10.2021.

<http://edoc.bseu.by/>

В. Ю. Канаиш

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ф. Горбач

ОЦЕНКА РОЛИ КРЕДИТНЫХ РЕСУРСОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗАО «БЕЛАСЕПТИКА»

В статье рассмотрена роль кредитных ресурсов в управлении организацией, влияние заемных средств на принятие управленческих решений, а также сделаны рекомендации по совершенствованию структуры заемного капитала ЗАО «БелАсептика».

В настоящее время кредиты коммерческих банков, обеспечивая хозяйственную деятельность организаций, способствуют их развитию, увеличению объемов производства продукции, работ, услуг.

Кредит — это денежные средства, которые предоставлены кредитодателем кредитополучателю в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором.

Актуальность исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день вести предпринимательскую деятельность практически невозможно без привлечения кредитов. От правильности и достоверности аналитических данных по заемным ресурсам зависит знание руководством предприятия их объемов и структуры. Грамотный анализ позволит в дальнейшем выбрать наиболее удобный и выгодный для предприятия вид получения дополнительных денежных средств.

Исследование проводилось на фактических данных одного из белорусских предприятий — закрытого акционерного общества «БелАсептика» (далее — ЗАО «БелАсептика»).

ЗАО «БелАсептика», образованное в 1995 г., — одно из крупнейших в Беларуси предприятий профессиональных антисептических, дезинфицирующих, стерилизующих, лекарственных, моющих, чистящих средств, средств бытовой химии, продукции из растительного сырья для организаций здравоохранения, образования, социального обеспечения, пищевой промышленности, коммунально-бытового обслуживания.

Кроме того, ЗАО «БелАсептика» производит и реализует изделия медицинского назначения (вата медицинская, локтевые дозаторы); имеет в своем