

В 2014 г. рынок упал еще почти на 20% до уровня 2,49 млн проданных новых автомобилей. Выделим несколько причин такого развития ситуации:

- введенные в отношении Российской Федерации ограничительные меры по доступу к финансовым ресурсам;
- разработанные рядом государств запреты для своих отечественных компаний на сделки с российскими государственными и частными компаниями;
- падающая цена на нефтяные ресурсы. Следствием падения цены на нефть стал резкий рост основных мировых валют по отношению к рублю, что привело к подорожанию машин иностранного производства в рублевом эквиваленте. Спрос на дорожающие автомобили упал, что отразилось на состоянии автомобильного рынка.

Выводы

В настоящий момент можно смело говорить о начале нового кризиса на автомобильном рынке. По нашим предположениям в 2015 г. будет сокращение рынка на 40% (по сравнению с уровнем 2014 г.) до уровня 1,6 млн единиц. Нашим прогнозом является, что в 2016 г. рынок нащупает дно и падение продаж прекратится, а в 2017 г. начнется существенный рост автомобильного рынка.

Литература

1. Гусев С.А. Автомобильный бизнес в России. М.:РГТЭУ, 2011.
2. Гусев С.А. Менеджмент в автомобильном бизнесе и техническом сервисе. Учебное пособие. В 2 ч. Ч.1. (Допущено Министерством образования и науки РФ в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся по направлению подготовки 100100 «Сервис»). Издание 3-е, исп. и доп. М.: Университет машиностроения, 2014.

Возможности системы бизнес-анализа для повышения конкурентоспособности организации

к.э.н. доц. Редин Д.В.

Университет машиностроения
8 (495) 223-05-23, dmired@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены выделяемые классификации и возможности применения инструментов бизнес-анализа. Приведена схема взаимосвязи групп показателей экономического субъекта и инструментов бизнес-анализа.

Ключевые слова: бизнес-анализ, методы анализа, стратегические и операционные показатели, бизнес-процессы.

В связи с текущей напряженной политической и экономической обстановкой, связанной с введением международных административных ограничений (санкции), экономическим субъектам становится сложнее прогнозировать состояние внешней бизнес-среды в целях разработки конкурентной стратегии. Компаниям, ориентирующимся на создание устойчивых конкурентных преимуществ, необходимо применение инструментов бизнес-анализа, которые позволяют превратить накопленную информацию в системные знания и обеспечить конкурентоспособность на основе этих знаний.

Достижение конкурентных преимуществ предполагает наличие и использование качеств, отличных от конкурентов и предоставляющих их обладателю дополнительные возможности. Типичными примерами таких качеств выступают географическое положение, ресурсосберегающие технологии производства, исключительные компетенции персонала, владение информацией ограниченного доступа и пр. Однако в современных условиях потенциал использования указанных преимуществ исчерпал свои резервы, так как для большинства эффективно функционирующих экономических субъектов характерны практически идентич-

ные конкурентные условия и возможности.

Применение различных инструментов бизнес-анализа экономического субъекта помогает учитывать все направления финансово-хозяйственной деятельности, накапливать и консолидировать данные из различных подразделений, формировать единое хранилище данных, а затем обрабатывать эти данные с помощью средств построения отчетов, анализа данных и экономического прогнозирования.

Благодаря тому, что существующие инструменты бизнес-анализа можно считать универсальными, они применяются в различных отраслях для решения различных задач, направленных не только на повышение конкурентоспособности. Задачи, для решения которых могут применяться инструменты бизнес-анализа, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные сферы использования инструментов системы бизнес-анализа

Финансовый анализ, анализ доходности и рентабельности
Анализ закупок и затрат
Анализ исполнения договорных обязательств и оперативное управление поставками
Анализ и прогнозирование продаж
Управление складскими запасами
Анализ эффективности планирования маркетинговой деятельности
Мониторинг вывода продукта (услуги) на рынок
Расчет комплексных показателей
Контроль денежных потоков
Анализ истории платежной дисциплины кредиторов
Оценка рисков кредитоспособности
Анализ эффективности управления персоналом
Анализ исполнения заказов

Это перечень основных задач, для решения которых возможно использование инструментов системы бизнес-анализа [1].

Объектом применения методов бизнес-анализа могут быть различные направления деятельности организации: от совершенствования документооборота до перераспределения прав и обязанностей между функциональными подразделениями. В более широком смысле они могут применяться для оценки эффективности организации бизнеса и его инвестиционной привлекательности, для оптимизации бизнес-процессов, расширения круга клиентов и оптимизации сотрудничества с контрагентами.

Применительно к инструментарию бизнес-анализа наиболее широко используемыми являются методы [2], приведенные в таблице 2 в порядке убывания значимости.

Данный перечень не является исчерпывающим, он может включать в себя варианты подмножества методов. Применительно к различным сферам деятельности и отраслям могут быть рекомендованы определенные методы идентификации существующих проблем и путей их решения.

Однако, несмотря на существующее многообразие, все существующие методы можно сгруппировать, выделив две большие группы: количественные и качественные (эвристические) методы бизнес-анализа. Применительно к этим двум группам можно продолжить классификацию дальше и разбить методы на более узкие группы.

Другой вариант классификации – по уровню значимости в функционировании экономического субъекта – разделение методов на стратегические и операционные [3], что позволяет осуществить выбор возможного инструментария исходя из уровня потребностей аналитика (разработка/модификация стратегии развития экономического субъекта либо анализ показателей операционной деятельности).

В качестве факторов выбора применяемых методов выступают комплексность поставленных задач, степень квалификации сотрудников, а также объем выборки анализируемых

данных. Кроме того, решение о применении методов бизнес-анализа зависит от отрасли, в которой функционирует компания, и от способа организационного структурирования.

Таблица 2

Методы бизнес-анализа

1	SWOT-анализ (анализ слабых и сильных сторон бизнес-процесса)
2	Метод причин и следствий (диаграмма Исикавы – Cause and Effect Diagram)
3	Бенчмаркинг
4	Анализ и оптимизация бизнес-процессов на основе ключевых показателей (KPI)
5	Мозговой штурм
6	Концепции «Бережливого производства» (методики Lean) и «Шесть сигм»
7	Анализ фрагментарности бизнес-процесса
8	Анализ логики организации бизнес-процесса
9	Метод функционально-стоимостного анализа (ФСА-анализ)
10	Метод имитационного (динамического) моделирования бизнес-процессов
11	Расчет и анализ трудоемкости и длительности бизнес-процессов
12	Анализ матрицы распределения ответственности
13	Анализ уровня автоматизации бизнес-процессов
14	Анализ правил совершения бизнес-операций
15	Документация словаря данных
16	Анализ документов
17	Проведение интервью
18	Анализ нефункциональных требований
19	Отслеживание проблем и ошибок

Применение инструментов бизнес-анализа ориентировано на повышение степени реализуемости стратегических показателей деятельности экономического субъекта. В ходе исследования, проведенного современными американскими исследователями Т. Давенпортом и Дж. Харрис, была обнаружена взаимосвязь между системами управления экономическим субъектом и эффективностью процессов принятия управленческих решений. Было установлено, что в целях помощи менеджерам в принятии более оперативных и информационно аргументированных решений компании вкладывают средства в первую очередь в информационные системы управления предприятием, обеспечивающие достоверные комплексные транзакционные данные. После того как экономический субъект образовал систему формирования высококачественных транзакционных данных, руководители могут сместить акцент на принятие более обоснованных решений на основе уже сформированных и обработанных массивов данных [4].

По результатам указанного исследования была обнаружена тесная взаимосвязь между применением инструментов бизнес-анализа и стратегическими показателями соответствующих экономических субъектов. Более половины высокоэффективных компаний применяют инструменты бизнес-анализа в повседневных операциях, при этом около 10 % их руководителей назвали применение анализа ключевым элементом существующей стратегии. Высокоэффективные компании на 50 % интенсивнее применяют инструменты бизнес-анализа на стратегическом уровне по сравнению с общими результатами выборки, и применяют данные методы в пять раз чаще, чем низкоэффективные организации. Кроме того, обнаруживается существенная взаимосвязь между применением аналитики и ростом показателей эффективности операционной деятельности [5]. Исходя из этого для компании инвестиции в бизнес-анализ – это средство совершенствования общей системы менеджмента.

Применение выделенных групп методов бизнес-анализа в деятельности современного экономического субъекта можно проиллюстрировать следующим образом (рисунок 1).

В рамках приведенной схемы автором выделены 4 области оценки деятельности экономического субъекта:

- стратегические целевые показатели (общие объемы продаж, рыночная доля и пр.);
- операционные показатели деятельности (структура продаж, рентабельность ассортимента

и пр.);

- качественные (эвристические) показатели оценки существующих бизнес-процессов (показатели фрагментарности, уровня автоматизации процессов и пр.);
- ключевые показатели эффективности деятельности (KPI) экономического субъекта.



Рисунок 1. Структура процесса применения методов бизнес-анализа

Выводы

В рамках рассмотренных показателей автором выделены 3 подсистемы бизнес-анализа:

1. Система формирования транзакционных данных (наиболее объемный информационный массив по текущей деятельности).
2. Система процессного бизнес-анализа (результаты моделирования бизнес-процессов).
3. Система оптимизации бизнес-процессов (применение концепции «Бережливого производства», функционально-стоимостной анализ).

Таким образом, влияние процедур бизнес-анализа на многоуровневые показатели деятельности экономического субъекта выступает элементом повышения конкурентоспособности предприятия в современных условиях.

Литература

1. Основы бизнес-анализа: учебное пособие / В.И. Бариленко, В.В. Бердников, Р.П. Булыга; под ред. В.И. Бариленко. – М.: КНОРУС, 2014. – 272 с.
2. Основы бизнес – анализа: учебное пособие. / под ред. В.И. Бариленко. – М.: КНОРУС, 2013.
3. Паклин Н.Б. Орешков В.И. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям, 2013.
4. Аналитика как конкурентное преимущество. Новая наука побеждать. Том Дэвенпорт и Джоан Харрис. Перевод с английского Ирины Матвеевой. BestBusinessBooks, 2010. 256 с.
5. Интернет-портал http://www.bankiram.pro/2011/11/blog-post_09.html?m=1 [Электронный ресурс].