

путями: во-первых, в результате смены вида приобретаемых материальных ресурсов, что показано на рис. 1 штрихпунктирными стрелками, во-вторых, в результате повышения сортности, качества материалов определённого вида, что показано на рисунке сплошными стрелками. Пунктирными стрелками показаны схемы ухода тех или иных материальных ресурсов с рынка. Любые материалы, комплекующие изделия также имеют свой жизненный цикл спроса. Их моральное устаревание заключается в снижении их качества – сортности. Поэтому наблюдается постепенный переход различных материалов из разряда высокосортных в низкосортные, что показано на матрице пунктирной линией. К тому же в ходе такого морального устаревания чаще всего перспективные и экспериментальные товары переходят в разряд традиционных. По мере снижения сортности традиционных материалов намечается отказ фирмы от использования таких материалов и их постепенный уход с рынка.

С каждым годом возрастает роль материалов в повышении качества продукции, в повышении экономичности сложных технических систем. Поэтому в каждом конечном изделии важно найти оптимальное соотношение прогрессивных, традиционных и экспериментальных материалов. В условиях динамично меняющихся рынков и потребительского спроса фирма переходит к маневренному планированию товарных стратегий, чтобы иметь возможность оперативного конструкторско-технологического усовершенствования изделий в целях повышения прогрессивности и прибыльности своих товаров на рынках. Однако без соответствующей системы планирования ресурсных стратегий осуществить планы по оперативной дифференциации и корректировке товарных стратегий будет невозможно. У фирмы должна быть возможность оперативного маневрирования ресурсами и в первую очередь материальными ресурсами. Предлагаемая динамическая модель планирования использования различных материалов при формировании материально-вещественной структуры продукта отвечает этим целям и позволяет проводить оперативные замены материалов в составе изделия в целях повышения его прибыльности и перспективности на рынках. Использование подобных моделей в процессе планирования отрывает широкие перспективы для повышения конкурентоспособности выпускаемых товаров.

Список литературы

1. Merkulova Y.V. Situation and strategic planning in the economy. 1 Tom // Economy.2013. 439 p.
2. Merkulova Y.V. Situation and strategic planning in the economy. 2 Tom // Economy.2013. 411 p.

ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕС-АНАЛИЗА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Милорадов К.А.

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: mka.rea@yandex.ru

В условиях усиления конкуренции на рынке услуг индустрии гостеприимства возрастают требования к оперативности и качеству принимаемых решений. Частью системы принятия решений крупных и средних гостиничных предприятий являются корпоративные информационные системы, использующие технологии бизнес-анализа.

Бизнес-аналитика или Business Intelligence (BI) – это совокупность технологий, программного обеспечения и практик, направленных на достижение целей бизнеса путём наилучшего использования имеющихся данных. Несмотря на различия в терминах и определениях, приводимых исследователями (www.gartner.com, citforum.ru, www.tadviser.com), есть общее понимание того, что BI включает:

- процесс превращения данных в информацию и знания о бизнесе для поддержки принятия улучшенных и неформальных решений;
- информационные технологии (методы и средства) сбора данных, консолидации информации и обеспечения доступа бизнес-пользователей к знаниям;
- знания о бизнесе, добытые в результате углубленного анализа детальных данных и консолидированной информации.

К особенностям информационных систем бизнес-анализа относятся:

- единая информационная инфраструктура (общие метаданные, единая объектная модель, модель управления и администрирования, общий движок исполнения запросов).
- средства управления метаданными (для поиска, получения, хранения, повторного использования и публикации объектов метаданных);
- инструменты разработки приложений, которые могут интегрироваться между собой и выстраиваться в сквозные бизнес-процессы, с поддержкой веб-сервисов;
- поддержка коллективной работы и обсуждения результатов;
- развитые средства создания отчетов;
- специальный вид отчетов – контрольные информационные панели для отслеживания состояния ключевых показателей процессов в реальном времени;
- выполнение пользовательских запросов;
- интеграция с электронными таблицами (в основном, с Microsoft Excel);
- индексирование данных из различных источников и возможности поиска;
- поддержка мобильных устройств;
- поддержка многомерных данных (OLAP-кубов);

- what-if анализ (анализ «что, если...»);
- интерактивная визуализация данных и результатов;
- средства классификации данных методами data mining;
- карты показателей для контроля хода выполнения стратегических планов и достижения ключевых показателей эффективности;
- средства моделирования и оптимизации.

К лидерами рынка средств бизнес-анализа можно отнести такие компании, как IBM (программные продукты компании Cognos, а также программные продукты компании SPSS), Oracle, Microsoft, SAS, Qlik Technologies (QlikView). В отраслевом разрезе технологии бизнес-анализа используются весьма неравномерно: ведущие позиции занимают такие отрасли, как банковское дело, страхование, розничная торговля, телекоммуникации и мобильная связь.

В индустрии гостеприимства, туризма и ресторанного бизнеса, несмотря на востребованность, программные продукты и информационные системы бизнес-анализа, особенно на российском рынке, используются недостаточно. Использование технологии бизнес-анализа в индустрии гостеприимства и туризма позволяет проводить классификацию и кластеризацию клиентов по многим признакам, анализировать предпочтения клиентов, выявлять и исследовать шаблоны поведения клиентов, прогнозировать изменения поведения клиентов во времени, анализировать уровень лояльности клиентов, предлагать пакеты услуг в соответствии с уровнем лояльности, снижать риски потерь из-за мошенничества, прогнозировать результаты вывода на рынок новых продуктов, формировать гибкую политику управления доходами. Таким образом, внедрение технологий бизнес-анализа является одним из важных современных направлений совершенствования деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

Изучение студентами современных технологий бизнес-анализа на примере задач, решаемых на предприятиях индустрии гостеприимства, способствует повышению качества подготовки студентов, предоставляет студентам более широкие возможности для написания курсовых и дипломных работ в области индустрии гостеприимства, туризма, электронной коммерции и управления продажами, повышает их ценность для работодателей и способствует более быстрому трудоустройству.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Смагулова Ж.Б., Утегенова К.А., Муханова А.Е.

*РГП ХВ «Кызылординский государственный
университет им. Коркыт Ата», Кызылорда,
e-mail: zanna_smag@rambler.ru*

Существует множество определений понятия «конкурентоспособность». В самом общем

виде конкурентоспособность можно определить как способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Различают конкурентоспособность товара, товарной марки, организации, региона, страны и т.п.

Конкурентоспособность страны можно определить как способность государства в условиях свободной добросовестной конкуренции производить и реализовать товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка и повышающие благосостояние народа данной страны и отдельных ее граждан.

Наиболее репрезентативный показатель конкурентоспособности впервые был разработан известной международной организацией Всемирным экономическим форумом (Женева) в 1986г. Национальная конкурентоспособность до 2006г. оценивалась индексом роста конкурентоспособности, который в настоящее время сменился индексом глобальной конкурентоспособности [1].

Основными целями исследования анализ конкурентоспособности экономики Казахстана за последние два года с помощью Индекса глобальной конкурентоспособности, анализ наиболее сильных и слабых сторон развития экономики республики.

Материалы исследования. Значительный вклад в разработку теории и методологию оценки конкурентоспособности внесли казахстанские и зарубежные ученые-экономисты М. Портер, Е.И. Мазилкина, Р.А. Фатхудинов, С. Фокин, Н.М. Маркова, Абрамов В.Л. и другие.

Основные результаты исследования. В теории конкурентоспособности, предложенной Всемирным экономическим форумом (ВЭФ), предусмотрено выделение трех стадий экономического развития национальных экономик.

1 стадия. Факторная стадия, распространяющаяся на страны с самым низким уровнем развития, для которых мобилизация основных производственных факторов (земля, сырьевые ресурсы и неквалифицированный труд) является основным условием макроэкономического роста. На этой стадии основной работой правительства является обеспечение общей политической и макроэкономической стабильности и достаточно свободных рынков, чтобы позволить эффективную утилизацию сырьевых товаров и неквалифицированного труда как отечественными фирмами, так и через привлечение иностранных инвестиций. Для этой категории стран цена является главным активом в глобальной конкуренции, а к возможностям продвижения их во вторую группу стран относятся ассимиляция технологий через импорт, прямые иностранные инвестиции и имитация.

2 стадия. Инвестиционная стадия касается стран, имеющих статус средней доходности, где рост зависит от инвестиций, а конкуренто-