

продукту в порівнянні з аналогічним. В Україні витрати на рекламу становлять 2—2,5 % від прибутку, що в ринкових умовах незначно. За кордоном цей показник сягає 10—12 % [2, с. 38].

При розробці прогнозів розвитку аграрного ринку, забезпечення його необхідним обсягом продукції не можна допускати необ'єктивного визначення і недооцінки реальної ситуації.

Використання методу прогнозування у прийнятті управлінських рішень має велике теоретичне і практичне значення, стає вирішальним у досягненні ефективності виробництва і реалізації продукції, повинен здійснюватися ринковий принцип — вся вироблена продукція має бути реалізована. Державна політика повинна бути спрямована на забезпечення продовольчої безпеки, відновлення і зміцнення її позицій на внутрішньому й світових ринках за рахунок виробництва «цінотривків» товарів із доданою вартістю в найближчій перспективі.

Література

1. *Кодацький В. П.* Прогнозування обсягів реалізації продукції підприємств АПК / В.П. Кодацький // Економіка АПК. — 2008. — № 6. — С. 113—116.

2. *Козачук Н. А.* Развитие оптовой торговли продовольствием на региональном уровне / Н. А. Козачук // Достижения науки и техники АПК. — № 12. — 2000. — С. 34—38.

Н. М. Євдокимова, к.е.н., доцент,
професор кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
e-mail: enenjev@gmail.com

УТОЧНЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СУТНОСТІ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ

Євдокимова Ніна
Уточнение функциональной
сущности бизнес-аналитики

Yevdokimova Nina
Clarifi the functional nature
of business intelligence

Використання інструментів бізнес-аналітики стало однією головних і найбільш обговорюваних тем нинішнього року. Це обумовлено принаймні кількома обставинами, а саме:

по-перше, значно зросла і продовжує стрімко зростати кількість інформації, яка використовується в процесі управлінських рішень;

по-друге, істотно урізноманітилась структура інформації, котра необхідна для розуміння складних і динамічних явищ бізнес-середовища; доступ до неї та обробка займають все більше часу;

по-третє, відчутно збільшилась економічна вагомість своєчасного і оперативного доступу до інформації не лише керівників підприємства, а й операційних працівників; змога отримати негайні відповіді на критичні запитання стають ключовими факторами успіху на ринку.

У визначеннях аналітиків спостерігається деяка розбіжність у термінології стосовно бізнес-аналітики, яка була започаткована не зовсім точним перекладом терміну «Business Intelligence» (BI). В англійській мові слово «intelligence» є багатозначним — від «здатність розпізнавати й розуміти» до «розвідка, розвідувальні дані» та деякі ін. В одному з перших і, на наш погляд, доволі предметних визначень, яке відбулось у кінці вісімдесятих років минулого століття, бізнес-аналітика пояснювалась як користувально-центричний процес, який включає доступ і дослідження інформації, її аналіз, а також відпрацювання інтуїції й розуміння, котрі ведуть до поліпшеного та неформального прийняття рішень. Однак у подальших уточненнях предметне поле бізнес-аналітики значно звузилось, і зазначений термін стали сприймати як інструмент для аналізу даних, як інформаційні технології збирання й обробки даних і забезпечення доступу бізнес-користувачів до знань.

Аналіз впровадження технологій бізнес-аналітики у провідних компаніях України і ближнього зарубіжжя дає підстави не завжди однозначно позитивно оцінювати результати. Оглядачі схильні пов'язувати це з невдалим «вживленням» інформаційних систем бізнес-аналітики в загальні системи управління підприємствами та недостатню обізнаність користувачів-учасників.

Кількісні вигоди від впровадження технологій бізнес-аналітики цілком очевидні. Це і підвищення ефективності на операційному рівні, і поліпшення можливостей оптимізації бізнес-процесів, і забезпечення гнучкості у впровадженні нових аналітичних методик тощо. Разом з тим, для створення цілеспрямованої налаштованості всього підприємства, де знання мають розглядатись як головний стратегічний фактор успіху, цього вочевидь замало. У сучасних умовах менеджмент знань виступає не лише як концепція, що пов'язана з технологіями управління знаннями, а як філософія організації, яка покликана формувати корпоративну культуру сприяння навчанню й інноваціям.

Зазначені обставини зумовлюють, на думку фахівців, такі ключові напрямки змін у бізнес-аналітиці: зробити її універсальною, тобто доступнішою для усіх користувачів і підрозділів підприємства; тісніше пов'язати її технології з рішеннями і діями в бізнесі; прискорити її імплементацію в систему управління знаннями організації.

О. В. Жиліна, асистент кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
e-mail: zhila41@ukr.net

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Жиліна Олена
Инвестиционный анализ как
составляющая стратегического
управления предприятием

Zhilina Olena
Investment analysis as constituent
of strategic management
an enterprise

Аналіз управління інвестиціями виконує головну роль при досягненні стратегічних цілей економічного розвитку підприємства. На сьогодні в Україні існує проблема проведення кваліфікованого аналізу інвестиційних вкладень. Аналіз стратегічного планування інвестицій розглядається як один з механізмів розробки інвестиційної стратегії підприємства. Такий аналіз полягає в правильному визначенні дохідності і ризикованості інвестицій, а також спрямовується на доцільний вибір об'єктів вкладень для досягнення найкращих фінансових результатів. Наукова методологія стратегічного управління і планування знаходиться в безперервному розвитку. Необхідно, щоб моделі і концепції фінансово-інвестиційного аналізу були приведені до норм, що відповідають стандартам, прийнятим у світовій практиці.

Проблеми аналізу фінансових інвестицій досліджують багато вітчизняних авторів: Губський Б. В., Пересада А. А., Реверчук С. К. Але на сьогоднішній день залишається багато невідповідностей як у термінах і визначеннях, так і у методиці інвестиційного аналізу фінансових інвестицій. Розв'язанню зазначених проблем присвячена робота Т. В. Майорової «Інвестиційна діяльність».