

МОЖЛИВОСТІ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Проведено аналіз можливостей сучасних засобів комп'ютеризації економічного аналізу маркетингової діяльності підприємств. Визначено перспективи подальших досліджень в даній сфері

Постановка проблеми. В сучасних умовах власники та керівники підприємств демонструють певну незацікавленість в придбанні аналітичних програм через брак коштів, нерозуміння переваг їх застосування, і тільки інформація про позитивний ефект використання програмного забезпечення у конкурентів спонукає їх до застосування комп'ютерних технологій. Разом з тим, розвиток теоретичних основ науки економічного аналізу, поява нових об'єктів аналітичних досліджень є поштовхом до подальшого удосконалення існуючих програмних продуктів, розвитку їх функціональних можливостей. Зокрема це стосується аналізу бізнес-процесів підприємства в цілому та маркетингової діяльності зокрема.

За таких умов невирішеними залишаються питання обрання конкретного програмного продукту для комп'ютеризації економічного аналізу маркетингової діяльності підприємств, що значною мірою залежить від можливостей таких продуктів. Таким чином для обрання конкретного програмного продукту для комп'ютеризації економічного аналізу маркетингової діяльності підприємств необхідним є встановлення певного набору можливостей, які мають стати підставою для здійснення такого вибору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням комп'ютеризації економічного аналізу на підприємствах різних галузей присвячені дослідження М.І. Баканова, Ф.Ф. Бутинця, С.В. Івахненкова, І.Д. Лазаришиної, В.Б. Лібермана, Л.М. Кіндрацької, Є.В. Мниха, О.В. Олійник, В.К. Савчука, Г.Н. Соколової, Т.М. Ковальчук, М.Г. Чумаченка, А.Д. Шеремета.

Метою дослідження є аналіз можливостей програмних продуктів для комп'ютеризації економічного аналізу маркетингової діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вплив ринкових вимог стосовно стандартів якості управління підприємством викликали необхідність в комплексних аналітичних дослідженнях його бізнес-процесів, оскільки аналіз маркетингової діяльності, може здійснюватися як аналітиками підприємства, так і залученими спеціалістами, то його автоматизація займає перехресну позицію, яка, з однієї сторони, стосується здійснення автоматизації економічного аналізу підприємства, а з іншої – комп'ютеризації консалтингової діяльності.

Не зважаючи на певні здобутки, дослідники підкреслюють недостатньо високий рівень автоматизації аналітичної роботи, з огляду на вимоги ефективного управління підприємством в умовах ринкової економіки [3, с. 36]. Проф. Г.Н. Соколова вказує на відсутність якісного ривка в розробці нових аналітичних програм. Причину такої ситуації вона вбачає в відсутності нових розробок в сфері методики економічного аналізу, які, з одного боку, враховують специфіку функціонування підприємств в умовах ринкової економіки, а з іншого – є максимально адекватними для можливості організації аналітичної роботи в комп'ютерному середовищі [3, с. 40].

В цілому вітчизняний ринок програмного забезпечення економічного аналізу знаходяться на етапі розвитку. Підприємства різних видів економічної діяльності, аудиторські та консалтингові фірми є активними ініціаторами розробки універсальних та адаптивних програмних продуктів, при чому саме аудиторські і консалтингові фірми найчастіше допомагають підприємствам формувати технічні завдання для розробників, з окресленням чітких вимог до програмного забезпечення. Певні напрацювання в цьому напрямі вже є: так, А.М. Романов та Б.Є. Одинцов сформулювали вимоги до суміщення аудиторських систем з дорадчими і називають вказані системи контрольньо-дорадчими аудиторськими системами [2, с. 10]. Саме дорадча частина системи, а особливо модуль комплексної оцінки і прийняття рішень, можуть допомогти у здійсненні економічного аналізу бізнес-процесів підприємства. Вказаний модуль охоплює програми, які дають можливість здійснювати розрахунки множини взаємопов'язаних показників, інтегровані результати яких виявляються в показниках фінансово-господарської діяльності підприємства.

Існуючі програмні продукти з економічного аналізу зробили значний внесок в полегшення здійснення аналітичної роботи, пов'язаної з розрахунком фінансових коефіцієнтів, що дозволяє отримати додатковий час для інтерпретації результатів аналізу ситуації, в якій знаходиться підприємство. Слід згадати про автоматизовану систему економічного аналізу, яка на багатьох українських підприємствах вже стала одним з компонентів системи управління, але не кожне підприємство може собі її дозволити з певних причин. Присутність аналітичних комп'ютерних програм на ринку не знімає потреби у формуванні конкретних вимог для розробників програмного забезпечення економічного аналізу, яке б відповідало принципам системності, комплексності, оперативності та динамічності.

Вважаємо, що складність вирішення проблем організації економічного аналізу в комп'ютерному середовищі визначена різноманітністю його видів і завдань, особливостями її організаційно-методичного забезпечення. Для чіткого формулювання вищезгаданих вимог розглянемо сучасне середовище програмних продуктів як для забезпечення здійснення економічного аналізу, так і для здійснення консалтингової діяльності.

Сучасна діяльність аналітика супроводжується пакетами прикладних програм загального, проблемно-орієнтованого призначення та спеціальних інформаційних систем. Вказані програми включають широкий набір універсальних програм, деякі з них можна успішно застосовувати для здійснення економічного аналізу бізнес-процесів підприємств. Дослідження вітчизняного та закордонного ринків комп'ютерних програм показує, що більшість розробників орієнтуються на створення універсальних комплексних корпоративних систем, де значна увага приділяється аналітичним процедурам: "Галактика", "Navision Attain". Закордонні програми, які застосовуються в процесі здійснення різних видів аналітичних досліджень, мають універсальний характер, що дозволяє їм мати широке коло користувачів, які постійно зацікавлені в придбанні нових модулів, які, в свою чергу, нададуть їм певних конкурентних переваг. Універсальність комп'ютерних програм дає можливість їх адаптації до особливостей діяльності підприємств. Основною умовою до розробки вищезгаданих комп'ютерних програм є забезпечення зв'язку з програмами комп'ютеризації бухгалтерського обліку. Зазначена умова ґрунтується на тому, що дані бухгалтерського обліку є основою інформаційної бази економічного аналізу, а отже, розробка програмних продуктів з економічного аналізу в частині дослідження бізнес-процесів підприємства без врахування програм з бухгалтерського обліку є абсолютно недоцільною.

Сьогодні розробники програмного забезпечення консалтингової діяльності та економічного аналізу створюють та удосконалюють аналітичні програми, сумісні з бухгалтерськими програмами, які дозволяють проводити аналіз на підставі даних бухгалтерського обліку і бухгалтерської звітності. На жаль, більшість з вказаних розробників обмежуються використанням фінансової звітності підприємства. Ця обмеженість інформаційної бази є проблематичною для здійснення аналізу бізнес-процесів підприємств, так як сфера дослідження діяльності суб'єктів господарювання за допомогою комп'ютерних технологій є ширшою в порівнянні з існуючими автоматизованими системами бухгалтерського обліку.

Таким чином фірми-розробники мають вільну ринкову нішу, але для її захоплення вони мають дослідити вимоги майбутніх користувачів до таких програмних продуктів та використати існуючий досвід зарубіжних розробників програмного забезпечення (табл. 1).

Таблиця 1. Функціональні можливості зарубіжних програмних продуктів для здійснення економічного аналізу

Компанія-розробник	Система	Функціональне призначення
SAS, США	Marketing Optimization	Автоматизація зовнішнього аналізу
ABC Technologies Inc., США	Oros Analytics	Обробка даних, що надходять з ERP- і CRM-систем, і їхня консолідація. Прийняття тактичних і стратегічних рішень на основі узагальненої моделі
Alcar Group Inc., США	Alcar Strategic Financial Planning System	Фінансова модель, що редагується, для кожного підрозділу компанії і дочірніх компаній. Консолідація фінансової інформації (стандартизовані дані). Прийняття тактичних і стратегічних рішень на основі узагальненої моделі
Business Resource Software Inc., США	Alcar Strategic Financial Planning System	Фінансова модель, що редагується, для кожного підрозділу компанії і дочірніх компаній. Консолідація фінансової інформації. Прийняття тактичних і стратегічних рішень на основі узагальненої моделі
Business Resource Software Inc., США	Business Insight	Автоматизований аналіз діяльності підприємства і його позиції на ринку
High Performance Systems, США	ithink	Побудова та аналіз імітаційних бізнес-моделей
Decisive Tools, LLC, США	iDecide 2000	Побудова імітаційних моделей процесів у вигляді діаграм. Аналіз ризиків прийняття рішень з використанням методу Монте-Карло
Essential Software, США	Advanced Financial Statement Analysis	Аналіз фінансової звітності з можливістю побудови фінансових прогнозів

Комплекс закордонних інформаційно-аналітичних систем охоплює всю управлінську вертикаль. Проведений аналіз вищенаведених систем дозволив встановити, що вони акумулюють дані за всіма видами діяльності підприємства і дозволяють вирішувати наступні завдання:

- складання консолідованої звітності і надання зведеної інформації про діяльність підприємства (фінансові, виробничі й інші показники, динаміка їх змін і тенденції);
- аналіз господарської діяльності (основні показники, тенденції);
- здійснення маркетингового аналізу, тощо.

Поточний стан українського ринку програмного забезпечення економічного аналізу характеризується поетапним заміщенням закордонних програм продуктами вітчизняних розробників. Ринок інформаційних систем для бізнесу розширює пропозицію програм, що допомагають підприємству здійснювати ефективне управління. В Україні та Російській Федерації протягом цілого десятиріччя основу ринку програмних продуктів з економічного аналізу складає продукція компаній "Про-Інвест", "ЛАНІТ" та "ИНЭК", загальною рисою яких є зосередження на вирішенні завдань економічного аналізу.

В сучасних ринкових умовах розробники почали приділяти більше уваги програмному забезпеченню здійснення зовнішнього аналізу підприємства. На цьому етапі такі продукти користуються підвищеним попитом в західних країнах. Так, журнал "Datamation" відмітив систему "SAS Marketing Optimization" званням "Продукт року" 2004 р., що є визнанням актуальності в розробці комплексних, "вертикальних" аналітичних систем.

Аналогічної політики переорієнтації своєї роботи в напрямі створення більш універсальних, комплексних і багатофункціональних систем дотримуються сьогодні й інші провідні розробники бізнес-аналітичних рішень, серед яких – американські "ABC Technologies", "Alcar Group", "Business Resource Software", австралійська "Cash Focus" і канадська "Decimal Technologies". Програмне супроводження маркетингової діяльності виконують наступні програмні продукти: "Marketing Analytic", "Sales Expert", "Forecast Expert", "Marketing Expert", "NetSuite", "Terrasoft CRM", "Microsoft Dynamics X", "SAS Marketing Automation", "Marketing Optimization", "Oros Analytics", "Alcar Strategic Financial Planning System" "Business Insight", "iDecide 2000", "Marketing GEO", "МаркетингМикс", "Касатка" та ін.

Серед найбільш відомих і застосовуваних продуктів, враховуючи і продукцію російських підприємств, виділяють системи імітаційного моделювання бізнес-процесів "ithink", "iDecide", "Powersim", у яких реалізовані методи системного аналізу, що донедавна використовувалися тільки розроблювачами інформаційних систем і консультантами з управління. Крім згаданих систем існує досить широкий спектр іноземних продуктів, які вже освоюють українські підприємства, що вирішують аналітичні задачі за допомогою ABC-аналізу (Activity Based Costing), EVA-методом (Economic Value Added), дослідженням "ланцюжка цінностей" (Value Chain Analysis), на основі комплексу показників BSC (Balanced Score Card) тощо.

Використання програмних продуктів, які вже використовуються українськими підприємствами в аналітичній практиці, надає допомогу аналітикам в здійсненні економічного аналізу підприємств, але необхідною умовою їх використання щодо бізнес-процесів є необхідність їх доопрацювання та відповідної адаптації до потреб та особливостей діяльності підприємства. Розробники програмного забезпечення США пропонують для здійснення аналізу бізнес-процесів такі програмні продукти, як "Business Insight", "Marketing Plus", "Business Planning Advisor", "Powersim Studio Enterprise". Сертифікація суб'єктів господарювання України за системою ISO 9001-2001 є додатковим поштовхом в розробці програмних продуктів для аналізу бізнес-процесів. Слід зазначити, що навіть за відсутності можливості придбання програмного продукту працівники підприємства, залучені аналітики можуть скористатися широкими можливостями програми MS Excel, але це є тимчасовим явищем і проблема в програмному забезпеченні діагностики вимагає більш серйозного підходу до її вирішення.

Актуальність оснащення вищезгаданими програмами аналітиків, які здійснюють аналіз бізнес-процесів підприємства, пояснюється тим, що аналітична обробка економічної інформації є трудомістким процесом. Тоді як аналітичне

дослідження вимагає її швидкої та якісної обробки для подальших висновків, рекомендацій. Це спричиняє необхідність звернення особливої уваги до використання інформаційних технологій при здійсненні аналізу бізнес-процесів підприємства. Сьогодні основна увага при удосконаленні процесу аналітичної обробки даних приділяється створенню комплексних комп'ютерних систем, які орієнтуються на оперативне формування варіантів рішень для аналітиків.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Комп'ютеризація економічного аналізу маркетингової діяльності на основі сучасних програмних продуктів допоможе отримати аналітикам ширше коло можливостей, а саме:

- надання інформації щодо результатів здійснення маркетингової діяльності у табличній і графічній формах;

- коригування методики розрахунків і форм відображення кінцевого результату;

- підвищення системності аналізу, що зумовлено необхідністю чіткого визначення і формалізації аналітичних завдань при їх вирішенні в автоматичному режимі. формалізація аналітичних завдань усуває їх дублювання, сприяє більш чіткому визначенню обсягу та якісного складу інформаційної бази економічного аналізу;

- розширення напрямів реалізації аналітичних досліджень – використання комп'ютерів дозволяє в режимі реального часу проводити оперативний та ситуаційний аналіз, збільшувати можливість проведення багатоваріантного прогнозного аналізу;

- проведення комплексних аналітичних досліджень, які потребують оперативної обробки великих масивів вхідної аналітичної інформації;

- збереження конфіденційності щодо отриманої інформації;

- економію ресурсів, задіяних для здійснення економічного аналізу;

- зберігання і можливість багаторазового використання отриманих даних.

Економічний аналіз маркетингової діяльності може стати підґрунтям для розробки нових програмних продуктів або модулів до вже існуючих, використання яких на практиці дозволить підвищити ефективність здійснення бізнес-процесів для підприємств, та удосконалити обслуговування клієнтів консалтинговими фірмами. Тому одним із найбільш перспективних напрямів досліджень в даній сфері є розробка спеціалізованого програмного забезпечення для комп'ютеризації економічного аналізу маркетингової діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Олійник О.В.* Розвиток економічного аналізу в умовах інституційних змін: монографія / О.В. Олійник. – Житомир: ЖДТУ, 2008. – 653 с.

2. *Романов А.Н.* Компьютеризация аудиторской деятельности: Учебное пособие для вузов / А.Н. Романов, Б.Е. Одинцов. – М., Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 270 с.

3. *Соколова Г.Н.* Информационные технологии экономического анализа / Г.Н. Соколова. – М.: "Экзамен", 2002. – 320 с.