

# СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА КАК ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

**А. С. АПАНАСЬКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. А. Бова**

## О НЕКОТОРЫХ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДАХ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ: ОСОБЕННОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Чтобы оставаться конкурентоспособной компанией в современном деловом пространстве, перенасыщенном информацией и данными, необходимо применять аналитику. Для достижения действенных результатов управленческих решений, менеджмент организаций занимается не только анализом данных, но и их прогнозированием. Для данных целей используют различные аналитические подходы.

Аналитику в общем виде можно разделить на следующие группы:

- аналитические инструменты получения данных;
- финансовую аналитику;
- рыночную аналитику;
- аналитику клиентов;
- аналитику кадрового потенциала;
- аналитику операций и бизнес-процессов.

В данной статье уделим внимание обзору современных аналитических инструментов получения исходных данных для принятия управленческих решений.

Аналитические инструменты получения данных можно разделить на количественные и качественные. Количественные методы получения данных означают структурированный опрос людей об их мнениях, которыми дальше руководствуются аналитики: делают выводы и проводят статистику. К качественным методам относят сбор, анализ и интерпретацию данных через наблюдения за тем, что люди делают и говорят. К качественным методам относят: индивидуальные интервью, групповые дискуссии (фокус-группа), экспертные оценки (метод «Дельфи» и др.). К количественным методам можно отнести: устные опросы, анкетирование по почте или телефонное интервью. Качественные опросы, например, полезны, если необходимо узнать мнение о продукте или услуге у клиента, или какие маркетинговые «уловки» оказывают наибольшее влияние на клиентов.

Рассмотрим и сравним некоторые аналитические инструменты получения данных.

Фокус-группа – это форма качественного метода сбора данных, при которой группа специально или случайно отобранных людей собирается для обсуждения определенной темы. Характеристики участников соответствуют характеристикам целевой группы исследования. Участвуя в оживленной дискуссии, участники посредством вербального и невербального общения раскрывают чувства, которые простая анкета, возможно, не в состоянии отразить. Фокус-группы часто используются при разработке продукта в маркетинге, чтобы компания могла оценить, как продукт будет воспринят и какие изменения требуется внести перед его выпуском [1].

Экспертная оценка – это оценка процессов, изучаемых квалифицированными экспертами. Оценка целесообразна, когда невозможно получить прямую информацию о каком-либо процессе или явлении. На практике чаще всего применяют метод «Дельфи». Основная идея – получить максимально объективную и надежную оценку решения проблемы при условии корректной обработки результатов. Метод «Дельфи» может состоять из мозгового штурма, опросов и интервью. Группа людей должна формироваться из независимых экспертов, которые не знакомы друг с другом [2].

Интервью или опрос – это беседа один на один или «один ко многим», в которой интервьюер задает вопросы, чтобы понять тему или собрать больше информации. При проведении 90 % исследований использует этот метод. Опрос может быть проведен в устной или письменной форме. Обычно, в письменных опросах используются закрытые вопросы, ответы на которые заключаются в выборе одного из приведенных [3, с. 122].

Телефонное интервью – это относительно дешевый метод сбора данных любого уровня точности с точки зрения построения выборки. Благодаря оперативности проведения и достижения быстрых результатов данный метод является популярным инструментом среди колл-центров.

В таблице 1 перечислены преимущества и недостатки современных аналитических инструментов сбора исходных данных.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки различных аналитических инструментов сбора данных

Аналитический инструмент	Преимущества	Недостатки
Фокус-группа	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Экономически эффективно;</li> <li>– возможность сбора данных в результате группового взаимодействия;</li> <li>– быстрота получения результатов;</li> <li>– использование относительно большого размера выборки для качественного исследования.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Исследование не проводится в естественных условиях, и исследователь имеет меньший контроль над генерируемыми данными;</li> <li>– эти данные могут быть сложны для анализа;</li> <li>– интервьюер должен обладать хорошими навыками проведения интервью;</li> <li>– могут потребоваться дополнительные ресурсы.</li> </ul>
Телефонное интервью	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Экономия времени;</li> <li>– широкий охват аудитории;</li> <li>– полная анонимность абонента;</li> <li>– высокий уровень отклика;</li> <li>– оперативное получение необходимой информации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Короткие вопросы для лучшего восприятия на слух;</li> <li>– в некоторых случаях плохое качество связи вызываемого абонента;</li> <li>– отсутствие визуального контакта – реакция респондента на вопросы не всегда понятна.</li> </ul>
Метод «Дельфи»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Удобен в использовании;</li> <li>– учитывается мнение всех участников, имеющих отношение к вопросу;</li> <li>– способствует формированию независимого мнения;</li> <li>– обеспечивает объективное исследование вопроса с разных сторон.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Эксперты сразу же исключают неординарные решения, которые могут быть самыми удачными;</li> <li>– общественное мнение не всегда является верным;</li> <li>– большие временные затраты;</li> <li>– организаторы имеют слишком большое влияние на участников.</li> </ul>

Таким образом, в статье была исследована базовая классификация аналитических инструментов получения исходных данных для принятия управленческим решений. Можно сделать вывод, что методы получения и обработки данных разнообразны и зависят от области, объекта исследования, поставленных задач. В комплексе могут применяться различные методы получения данных, соответственно, от исследователя требуются глубокие теоретические и практические знания в разных науках. При сборе и обработке информации постоянно требуется верификация. Результаты исследования должны подтверждаться несколькими методами.

## Список использованной литературы

1 Tools for Qualitative Researchers: Focus Groups Method [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://web.stanford.edu/group/ncpi/unspeficied/student\\_assess\\_toolkit/focusGroups.html](http://web.stanford.edu/group/ncpi/unspeficied/student_assess_toolkit/focusGroups.html). – Дата доступа: 10.02.2023.

2 Метод Дельфи: оценка эффективности решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rsv.ru/blog/metod-delfi-oczenka-effektivnosti-reshenij/>. – Дата доступа: 10.02.2023.

3 Мэпп, Б. Ключевые инструменты бизнес-аналитики. 67 инструментов, которые должен знать каждый менеджер / Б. Мэпп; пер. с англ. В. Н. Егорова. – М.: Лаборатория знаний, 2018. – 336 с.

**Т. С. КРАЛЕВИЧ**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **Н. Н. Затолгутская,**

канд. экон. наук, доц.

### **ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫЙ УЧЁТ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

Основным направлением социальной политики Республики Беларусь является социальное страхование. Обеспечить государственные гарантии человеку призван Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь (далее – ФСЗН) посредством комплекса мероприятий, направленных на улучшение демографической безопасности государства, поддержки людей с ограниченными возможностями, финансирования расходов на проведение мероприятий по обеспечению занятости населения. Средства государственного социального страхования направляются на:

- выплату трудовых пенсий;
- выплату профессиональных пенсий;
- выплату пособий по временной нетрудоспособности;
- беременности и родам;
- в связи с рождением ребенка, по уходу за ребенком в возрасте до 3 лет;
- на погребение;
- прочее финансирование расходов в соответствии с законодательством о государственном социальном страховании.

Происходящее в области социального страхования и обеспечения затрагивает реальные процессы организации бухгалтерского учета и выступает основой системы социальной защиты работников организации.

Персонифицированный учет на территории Республики Беларусь введен с 1 января 2003 года Законом Республики Беларусь «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе государственного социального страхования» [1].

Персонифицированный учет – это организация и ведение учета сведений о каждом гражданине, застрахованном в системе обязательного пенсионного страхования.

Формами документов персонифицированного учета являются: анкета застрахованного лица по форме ПУ-1, сведения о приеме и увольнении по форме ПУ-2, индивидуальные сведения по форме ПУ-3, индивидуальные сведения на профессиональное пенсионное страхование по форме ПУ-6. С 2022 года указанные формы подаются в ФСЗН в виде электронных документов. Порядок их заполнения отражен в постановлении правления ФСЗН Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 19.06.2014г. № 7 «О некоторых вопросах заполнения и приема-передачи форм документов персонифицированного учета» [2]. С 1 января 2023 г. в данную инструкцию внесены изменения, касающиеся в основном сроков и порядка заполнения формы ПУ-3 в части взносов на работников, заключивших договор дополнительного накопительного пенсионного страхования с РУСП «Стравита».