

$$(8) t_{кр.}(a; k_1; k_2) = \frac{(n_1 + n_2 - 2) * m}{n_1 + n_2 - m - 1} * F(a; k_1; k_2),$$

В данном случае $t_{набл.} > t_{кр.}$, поэтому принимается гипотеза H_1 о том, что в промежуток времени 2008-2019 года уровень популярности был выше.

В ходе данной работы были изучены показатели культуры в отрасли музеев, проанализирован интегральный показатель с помощью дискриминантного анализа и проведено сравнение рейтингов в периоды с 2001 по 2007 года и с 2008 по 2019 года.

Таким образом, было выявлено, что три последних года относятся к уровню популярности музеев под влиянием социальных сетей. Так же, при проверке многофакторных гипотез по данным дискриминантного анализа подтвердилось, что музеи становились с годами более посещаемы и интересны для людей, чему способствовали социальные сети.

Список использованных источников:

1. ЕМИСС [Электронный ресурс]. – Основные статистические показатели. – URL: <https://www.fedstat.ru>
2. Кремер Н.Ш. Теория вероятностей и математическая статистика – М.: Юнити-Дана, 2018 г. - 551стр.
3. Калинина В.Н., Панкин В.Ф. Математическая статистика - учебное пособие, 2002 г. - 340 стр.

БИЗНЕС-АНАЛИЗ. СЕРВИСНЫЙ ПОДХОД

Д.А. Минеев

Научный руководитель Л.А. Сараев

Бизнес-анализ — это вид деятельности, задачей которой является определение потребностей бизнеса и поиск методов их решения, т.е. это методы подбора задач, которые показывают общие цели между заинтересованными лицами. Они помогают им понять структуру, правила и

деятельность организации. Они также предоставляют решения, которые помогут бизнесу достичь поставленных целей.

Можно работу бизнес-анализа объяснить на примере. На производстве «Z» увеличилось время изготовления продукции, из-за этого производство не успевает выполнять запланированный график работ. Бизнес-аналитик делает замеры времени на всех этапах производства и даёт заключение, что один из станков часто ломается. Определяются альтернативы: заменить детали или купить новый станок. Анализ цен показывает, что покупка нового оборудования дешевле. Его покупают, после чего скорость производства стабилизируется. Это стандартный пример работы бизнес-анализа, который позволил определить потребность и решение, которое дало пользу заводу.

Задачи бизнес-анализа:

1. Оценивать эффективность затраченных ресурсов;
2. Определять перспективы развития предприятия;
3. Рассчитывать возможные риски и минимизировать их;
4. Разработка бизнес-плана предприятия на основании анализа прошлых работ;
5. Изучить, насколько были выполнены пункты плана, и выявлять причины отклонений фактических показателей, от нормы;
6. Оценка итоговых финансовых результатов предприятия;
7. Поиск резервов для увеличения производства.

Сервисный подход.

Сервисный подход основывается на использовании принципов ITSM (IT Service Management, управление ИТ-услугами) для в автоматизации процесса, решения проблем и потребностей сотрудников, не только по ИТ, но и по другим «услугам». Сайт Госуслуг, с помощью которого можно обратиться по разнообразным бытовым вопросам – популярный российский пример внедрения сервисного подхода. Необходимо только оставить на портале заявление с указанием требуемой информации и в дальнейшем просто наблюдать за поэтапным исполнением обращения в назначенные

сроки. Такие же сервисы «единого окна» существуют для общения государства и бизнеса, чтобы облегчить их взаимодействие.[1]

Преимущества Сервисного подхода:

1. Структурирование рабочих процессов и выявление проблемы и потребности сотрудников. Оценка частоты возникновения проблем и определение точек роста. По части задач это повод перераспределить ответственность между сотрудниками организации;

2. В том случае, когда решение проблем передано подрядчику, повышается прозрачность, контролируемость результатов и сроков исполнения работ;

3. Появляется инструмент для формализации системы оценки исполнительских обязательств;

4. Просмотр текущих задач и загруженности исполнителей без запроса отчета у подчиненных;

5. Выстраивание очередностей реализации задач за счет приоритетов и сроков;

6. Уменьшение числа обращений за счет накопления знаний и демонстрации клиентам способов решения возникающих проблем;

7. При оценке работы апеллировать количественными и качественными значениями показателей эффективности, в том числе, оценкой результата потребителями;

8. Повысить гарантии решения проблем даже тогда, когда исполнитель уйдет, в отпуск или решение проблемы отложится из-за указанных исполнителем причин;

9. Увидеть фактическое состояние работ по заявкам. В том числе, увидеть сроки, к которым проблему предполагается решить. После завершения проконтролировать результат проделанных работ.

Введение сервисного подхода происходит следующим образом – в организации прорабатывается “Каталог услуг” – список проблем и потребностей, возникающих регулярно или периодами. Например, заявки на

приобретение деталей, обработка заявок клиентов, проверка контрагента службой безопасности. Исходя из опыта введения сервисного подхода, компании начинают со списка в 10-12 самых значимых для бизнеса услуг, а затем поэтапно увеличивают его в соответствии с новыми требованиями.

После этого определяются исполнители, которые будут обрабатывать заявки от клиентов. Ответственными за исполнение могут быть как сотрудники компании, так и наёмные рабочие. Например, подготовка доверенности является работой штатного юриста, а поддержка ИТ-инфраструктуры может быть передана на подряд. В этом случае необходимо решить, включать ли подрядчиков в свою систему или обмениваться заявками и статусами выполнения с системой подрядчика.

Список использованных источников:

1. Артём Шуткин Сервисный подход в бизнес-анализе. Руководство по организации “Единого окна услуг” [Электронный ресурс] / ECM-Journal-URL: <https://ecm-journal.ru/docs/Enterprise-Management---servisnyjj-podkhod-v-biznese.aspx> (дата обращения: 26.11.2020).

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РФ С СТРАНАМИ СНГ

А.Д. Панюшкина

Научный руководитель Е.Н. Осипова-Барышева

Участие страны в международных экономических отношениях является неотъемлемой частью развития не только изучаемого субъекта, но и мира в целом. Одной из форм участия в МЭО является внешняя торговля. Внешняя торговля – это торговые отношения страны с другими государствами, которые включают в себя как ввоз (импорт) товаров и услуг, так и их вывоз (экспорт). Роль внешней торговли колоссальна, так как она