

оценить приведенные нефинансовые показатели деятельности страховых компаний, в результате чего была определена их ранжированная оценка применительно к тюменскому страховому рынку (табл. 4).

Таблица 4

Ранжированная оценка нефинансовых показателей деятельности страховой компании

Показатель	Балльная оценка	Ранг
Срок работы на рынке	2,95	1
Виды страхования, которыми занимается страховщик	2,83	2
Владельцы компании (государство, ФПГ и др.)	2,55	3
Филиальная сеть	2,18	4
Доступность сотрудников для личных и телефонных контактов	1,75	5
Местоположение офиса	1,52	6
Участие в государственных и муниципальных программах	1,41	7
Меценатство	1,17	8

Помимо приведенных в таблице показателей, упоминались наличие официального сайта в Интернете, степень известности компании, ее имидж и репутация. Представленные оценки позволяют сделать вывод о ключевых факторах успеха страховой компании на потребительском рынке и дают информацию о тех показателях, которые необходимо фиксировать в сознании страхователей в ходе коммуникаций.

Проведенное маркетинговое исследование позволило установить тенденции, характерные для рынка страховых услуг г. Тюмени, и, соответственно, выработать направления деловой активности страховщиков. Под деловой активностью понимается совокупность действий, способствующих экономическому росту сбытовой системы страховой компании на основе согласованного развития ее составляющих в гармонии с внешней средой. Для повышения положительных составляющих деловой активности страховыми компаниями могут быть использованы различные механизмы, начиная с предложения тех страховых продуктов, которые будут востребованы рынком, и заканчивая эффективными приемами организации систем доставки страховых продуктов и технологиями коммуникации страховщиков с клиентами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. М.: Изд-во «Финпресс», 1998. 416 с.
2. Ивашкин Е. И. Взаимное страхование: теория, потребность, проблемы организации и развития. М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2000. 217 с.
3. Котловский И. Б., Эченикэ В. Х. Российские покупатели страхования (нынешние и будущие) — кто они? // Финансы. 2000. № 10. С. 45-50.

*Дмитрий Владимирович ШУЛЬГА —
аспирант Финансовой академии
при Правительстве РФ*

УДК 657.922:338.24:004.5

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА: ИНФОРМАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

АННОТАЦИЯ. В работе рассмотрены проблемы системы управления процессом оценки бизнеса с точки зрения построения концептуальной модели информационной базы, основанной на установлении связей между элементами данных, их группировки, на исключении избыточных связей и элементов.

The paper considers the problems of the system managing the process of the business assessment from the point of view of making the conceptual model of the establishment of connection between elements of data, their grouping and exclusion of the abundant links and elements.

Концептуальное проектирование информационной базы является основой проектирования информационной базы любой управляющей системы.

Для построения концептуальной модели (КМ) информационной базы системы управления процессом оценки бизнеса необходим анализ информационных потоков в системе в целях установления связей между элементами данных, их группировки в наборы входных, промежуточных и выходных элементов данных, исключения избыточных связей и элементов данных. Таким образом, целью концептуального проектирования системы управления процессом оценки бизнеса является создание модели предметной области для обеспечения информационных потребностей всего многообразия методов оценки.

Исходными данными для анализа информационных потоков в управляемой системе являются данные о парных взаимосвязях, или отношениях, между наборами информационных элементов.

Для решения задачи описания КМ может быть использован ER-подход (сущность-связь). Свойства, присущие модели, построенной таким образом, удовлетворяют требованиям построения концептуальной схемы исследуемой предметной области.

Преимущества данной модели состоят в простом механизме преобразования неформальных представлений о предметной области в сетевую схему, которая наглядно отражает существующие семантические характеристики свойств и взаимосвязей объектов. Кроме того, существуют механизмы преобразования ER-диаграммы в реляционные схемы баз данных.

Рассмотрим механизм построения КМ, основная цель которого состоит в выявлении и адекватном представлении организационно-экономической информации процесса ее оценки и организации, необходимой для эффективной реализации процессов управления оценкой бизнеса.

Рассматривая предметную область как систему управления оценкой бизнеса, с точки зрения ее информационных особенностей, выделим в качестве относительно устойчивых элементов реального мира элементы структуры системы управления оценкой бизнеса. Элементы объекта оценки, оценщик, нормативно-правовая база, внутренняя и внешняя информация об объекте оценки соответствуют любому процессу оценки и описываются в виде сущностей «объект оценки», «оценщик», «нормативно-правовая база».

Нормативно-правовая база оценки может быть представлена как множество однотипных сущностей — «единица нормативно-правовой базы» (в дальнейшем будем именовать «стандарт»). Охарактеризуем используемые сущности в КМ для описания предметной области:

- отдел — для привязки процессов управления на выполнение заданий на оценку к конкретному подразделению;
- календарь — для привязки плановых заданий ко времени и определения хода процесса во времени;
- оценщик — для описания кадрового состава специалистов, планирования и учета деятельности специалистов.

Сущности «услуга», «заказчик» и отношение «выручка» не используются в КМ, поскольку речь идет не о предприятии, оказывающем услуги по оценке стоимости бизнеса, а об оценке бизнеса как о процессе.

Понятие «связь» в КМ СУ определяет оперативную информацию, используемую для реализации процессов управления. С организационно-экономической точки зре-

ния, это плановая и учетная информация в виде плановых заданий на выполнение тех или иных операций и отчетов об их выполнении. С технической точки зрения, это информация о состоянии процесса оценки, этапа оценки бизнеса.

Исходной связью является «задание на оценку стоимости бизнеса», которое устанавливает объект оценки и концентрирует информацию для управления процессом непосредственно оценки. Наличие этой связи обеспечивает межуровневую интеграцию с системой более высокого уровня, которая спускает вниз и получает снизу информацию о выполнении заданий.

Исходной связью между сущностями «оценщик», «внешняя информация» и «внутренняя информация» является «задание на сбор и обработку информации» и «задание на выполнение финансового анализа», первое устанавливает объем необходимой информации для объекта оценки, второе — для проведения анализа.

Центральным отношением, с позиции управления процессом, является «пооперационный маршрут», он информационно увязывает элементы технологического процесса оценки стоимости бизнеса.

Информация, возникающая на этапах процесса оценки, отражается в КМ в виде следующих связей:

- задание на оценку стоимости бизнеса;
- задание на сбор и обработку информации;
- задание на проведение финансового анализа (ФЭАП);
- задание на расчет стоимости бизнеса;
- задание на внесение итоговых поправок и выведение итоговой величины стоимости;
- задание на подготовку инструментального средства (ИС);
- задание на пооперационный маршрут;
- отчет о выполнении операций.

Таким образом, механизм построения КМ информационной базы предприятия позволяет определить экономические объекты предметной области, находящиеся в различных отношениях друг с другом, и выявить свойства, характеризующие данные сущности.

На рис. 1 видно, что роль таких отношений выполняют задание на сбор и обработку информации, задание на проведение ФЭАП, задание на расчет стоимости бизнеса, задание на внесение итоговых поправок и выведение итоговой величины стоимости, задание на подготовку ИС.

Таким образом, перечисленные отношения сосредоточивают информацию для управления деятельностью оценщиков путем распределения заданий. С другой стороны, каждое из этих атрибутов содержит некоторое подмножество атрибутов, характеризующих результаты выполнения заданий. Это позволяет формировать показатели, определяющие деятельность каждого конкретного оценщика. Оценщик не принимает непосредственного участия в процессе оценки стоимости бизнеса — эти операции выполняются ИС автоматически, но результаты этих операций зависят от качества и своевременности подготовки ИС. Все эти связи предусмотрены КМ, что позволяет проанализировать влияние деятельности оценщика на конечный результат — выведение итоговой величины стоимости предприятия. На рис. 1 КМ ИБ связи, обеспечивающие «управление человеком», выделены пунктирной линией.

Кроме того, построение КМ ИБ будет не полным, если не дать ряд дополнительных пояснений. В целях обеспечения компактности перечисленные на рис. 1 отношения обобщены и при желании могут быть детализованы.

Например, отношение «задание на выполнение ФЭАП», связывающее сущности «оценщик» и «внутренняя информация», может быть детализовано следующим образом (рис 2.): «задание на инфляционную корректировку», «задание на нормали-

зацию бухгалтерской отчетности», «задание на трансформацию бухгалтерской отчетности», «задание на вычисление относительных показателей».

Следует учесть еще одну особенность построения КМ. При проектировании ИБ СУ оценки бизнеса возникает проблема интеграции задач управления процессом оценки предприятий. Как уже указывалось выше, центральными отношениями являются «задание на оценку» и «очередность операций». Первое из них концентрирует информацию для управления процессом непосредственно оценки, второе — информацию для оперативного управления и диспетчирования оценки.



Рис. 2. Детализация отношения «задание на выполнение финансового анализа»

Таким образом, построенная концептуальная модель системы управления оценкой бизнеса обеспечивает:

- решение задач оперативного управления процессом оценки;
- интеграцию технической и организационно-экономической информации в едином банке данных;
- возможность сбора информации непосредственно на этапах оценки стоимости бизнеса и обратную передачу управляющих воздействий к элементам процесса оценки (в т. ч. человеку посредством отчетов о выполнении операций ИС);
- повышение эффективности процесса оценки бизнеса в условиях командной работы.