

2. Ознакомительная, организационно-экономическая и преддипломная практики: комплексная программа и методические указания для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / В.Н. Редько, В.В. Быков, А.М. Артеменко. – Горки: БГСХА, 2011. – 25 с.

3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 3 июня 2010 г. № 860 «Положение о порядке организации, проведения, подведения итогов и материального обеспечения практики студентов высших учебных заведений Республики Беларусь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lf.grsu.by/index.php/yuchproc/praktika.html> – Дата доступа: 20.04.2011.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Грабауров В.А., профессор, д.т.н.;
Кондровская М.М., аспирантка, БГАТУ, г. Минск

Каждое предприятие стремится быстрее, дешевле и точно в срок доставить свой груз, будь то крупногабаритный или скоропортящийся товар. Также и любая организация стремится доставить пассажиров быстро и «с комфортом».

Согласно статистическим данным в Республике Беларусь транспортный грузооборот по итогам 2010 года составил более 61 млрд. тонно-километров, по показателям 2000 года - 36,5 млрд.ткм., 2009 - 56,4 млрд.ткм., в том числе, 15 млрд. тонно-километров автомобильный грузооборот (5 млрд. в 2000 году, 13,5 млрд. в 2009 году). В тоже время пассажирооборот составил более 20 млрд. тонно-километров, более 7 млрд. тонно-километров – автобусный. Как предприятия, так и пассажиры выбирают транспорт: автомобильный, железнодорожный, судоходный или воздушный. Внутри автомобильных перевозчиков имеется множество компаний, предлагающих свои услуги. Таким образом, конкуренция в этой сфере деятельности большая.

Одним из эффективных средств достижения успеха конкурентной борьбы в современных условиях является использование интернет-технологий в организации автотранспортных перевозок. В виду высокой

конкуренции в рамках автотранспортных услуг и перевозок, автотранспортным предприятиям приходится идти «в ногу со временем». В связи с все большим использованием интернет «без выхода из дома» потребители все чаще стали обращаться к фирмам присутствующим в интернет среде. Это присутствие и дает организациям существенное преимущество, и побуждает потребителя обращаться именно к ним.

Анализ использования интернет-технологий в рамках отрасли, показал широкое их применение и, в то же время, определенные недостатки.

Во-первых, используя интернет, сегодня можно изучить расписание движения автобусов, как городского и междугороднего автотранспорта, так и международного. Также, приобрести билет на выбранный маршрут.

Во-вторых, в интернет среде все чаще стали появляться различные порталы и сайты, посвященные автотранспорту.

Среди них можно выделить такие как transinfo.by, perevozka.by и другие. Но, пожалуй, самым наиболее популярным, и «доработанным» под нужды потребителей-перевозчиков является портал della.by. Данный ресурс предлагает своим пользователям, либо предоставить свой автотранспорт для нужд других, либо воспользоваться самому услугами любого из предлагаемых перевозчиков.

Возможности портала della.by – автоперевозки – не ограничиваются лишь предложением и рекламой одной компании. Предложения, размещенные на данном ресурсе не только однонаправлены («перевозчик → заказчик»), а представляют собой многонаправленное взаимодействие («перевозчик ↔ заказчик»), что является наиболее приемлемым в современном информационном обществе. Также можно добавить груз, выбрать транспорт, осуществлять поиск грузов и транспорта, что предоставляет возможность, как потребителям так и поставщикам услуг, оперативно подбирать оптимальное решение «автотранспорт-груз».

Основное отличие данного ресурса от подобных в том, что существует возможность подобрать транспорт с учетом особенности перевозимого груза

и выбрать из предлагаемых различными компаниями оптимальное решение. Также на ресурсе можно предварительно рассчитать время в пути и время грузоперевозки, что является немаловажно для «доставки точно в срок».

Еще одним порталом, представляющим услуги автотранспортных предприятий можно выделить, autoportal.by – белорусский автомобильный портал. Он представляет собой ресурс с предложениями о грузоперевозках, по продаже/покупке автомобилей. В разделе «доска объявлений» можно также найти предложения по прокату автомобилей, выбрать запчасти, масло и т.д. а также найти гараж или СТО,

Помимо сайтов основных республиканских автоперевозчиков (белавтотранс и других) и порталов, в интернет среде стали появляться сайты различных организаций.

Как было сказано выше, заказчик отдаст предпочтение тому автоперевозчику, к которому можно обратиться с минимальными затратами времени. Таким образом, существует необходимость не просто присутствия в интернет-среде при помощи доступных средств коммуникации (e-mail, skype, порталов, web-страниц и других), но и использовать их с наибольшей эффективностью.

То есть, присутствие web-сайта компании в Интернет среде должно быть не просто «наличием», а полноценным маркетинговым инструментом. Для того чтобы ресурс работал наиболее эффективно, необходимо чтобы он отвечал определенным требованиям: наличие информации о компании-перевозчике, предоставляемых услугах, контакты и иное. Также, необходимо предоставить, для пользователей возможность оставить online-заявку, что даст организации дополнительное преимущество. Все эти условия необходимо учесть при создании (модернизации существующего) web-представительства компании.

Проанализируем уже существующие web-представительства по критериям, наиболее удовлетворяющим требованиям пользователей сети интернет. Исходя из вышеизложенного, нужно оценивать web-сайты

автотранспортных предприятий по трем основным критериям: базовые показатели, скорость загрузки, оценка доступности сайта.

Основным показателем при оценке базовых показателей является именно содержание. Предложено рассматривать в качестве рекомендуемых пунктов меню на web-сайте, такие категории как: О компании, Услуги, Новости, Партнерам, Тарифы и цены, Заказать, Контакты. При этом предлагается оценивать наличие таких элементов интерактивности web-сайта как: Online-консультант (FAQ, вопрос-ответ), Возможность online-заказа, Возможность проведения online-расчета, Наличие иностранной версии сайта.

Согласно проведенному исследованию по предложенной методике, на примере семи web-сайтов автотранспортных предприятий (minoblavtotrans.by, gruzoperevozka.by, moving.by, vezem.by, prgm.by, gruzovoz.by, avtotrans.by – выбраны случайным образом по ключевому слову «автоперевозки» в поисковой системе yandex.ru) были выявлены ряд, как недостатков, так и преимуществ web-представительств.

Преимущества:

- наличие большого количества информации, характеризующего деятельность компании;
- возможность оставить на сайте online-заявку;
- наличие контактной информации;

Недостатки:

- почти полное отсутствие новостных разделов;
- отсутствие (кроме одного сайта) прайс-листа на услуги;
- на сайтах компаний, работающих на международном уровне, отсутствуют иностранные версии сайта;
- низкие показатели индекса цитирования и PageRank web-сайта;
- невозможность быстро найти сайт в большинстве поисковых систем;

Результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты анализ web-сайтов автотранспортных предприятий

	Рейтинг
www.moving.by	47,75
www.minoblavtotrans.by	43,44
www.prm.by	42,23
www.gruzovoz.by	40,85
www.vezem.by	40,42
www.gruzoperevozka.by	39,74
www.avtotrans.by	37,95

По итогам проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

- 1) использование интернет-технологий в автомобильных перевозках находится на низком уровне, несмотря на разностороннее их использование;
- 2) присутствие компаний в интернет-среде ограничивается, как правило, лишь наличием web-странички на отраслевом ресурсе;
- 3) имеющиеся web-сайты компаний не соответствуют современным условиям ведения бизнеса в Интернете.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ НЕЧЕТКИХ МНОЖЕСТВ В ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Андилевко Т.В., магистр экономических наук, БГЭУ, г. Минск

В современных условиях белорусского рынка эффективность работы предприятий во многом зависит от качества уровня управления ими. Чтобы обеспечить высокий уровень управления при принятии решений, руководителю приходится учитывать многочисленные факторы, влияющие на эффективность достижения конечной цели, и опираться на сложные и порой противоречивые критерии. Неоценимую помощь руководителю при выработке и принятии