

пани. Таким образом, приложение доступно только внутри корпоративной сети, и в то же время доступно для всех сотрудников без установки дополнительного программного обеспечения.

Хранение информации осуществляется с использованием СУБД MySQL, взаимодействие с которым организован на основе фреймворка ORM Hibernate.

Использование фреймворка Spring помогает следовать принципу снижения связанности кода, позволяет делать компоненты более независимыми, и повторно использовать их в дальнейшем. Это обеспечивается следующими принципами Spring Framework:

использование контейнера Inversion of Control (IoC);

внедрение зависимостей;

аспектно-ориентированное программирование. [1]

В приложении присутствует четыре уровня архитектуры: хранилище данных – модель – бизнес-логика – клиентский интерфейс. Клиентский интерфейс реализован с использованием технологий HTML5, CSS3, JavaScript, также используется фреймворк AngularJS и библиотека MaterialDesign.

Система подразумевает три роли пользователей, которые могут непосредственно с ней работать: сотрудник, редактор и администратор. Пользователь с ролью сотрудник может просматривать новости, оставлять комментарии и ставить оценки, создавать чаты и вести переписку, создавать обсуждения на форумах и публиковать ответы к обсуждениям других пользователей. Пользователь с ролью редактор помимо перечисленного функционала может также создавать и редактировать новые посты. Администратор может добавлять и удалять пользователей из групп, добавляя и урезая тем самым их права.

Таким образом, разработанный корпоративный информационный портал, используемый для поддержки информационно-коммуникационной деятельности сотрудников организации, решает задачи размещения и просмотра новостной информации, оперативного ведения переписки и совместного принятия решений. Тем самым обеспечивается своевременное получение информации и быстрая коммуникация.

Список использованных источников:

1. IntranetNo [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа : [http://www.intranetno.ru/tags/korporativnye\\_portaly/](http://www.intranetno.ru/tags/korporativnye_portaly/)
2. Уоллс К. Spring в действии. – М.: ДМК Пресс, 2013 – 752 с.

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С УЧЕТОМ ИНФОРМАТИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Петрович Н.О.*

*Комличенко В.Н. – к.т.н. доцент*

В статье рассматривается проблемы размещения предприятия как основной фактор успеха торговых и производственных отношений. А так же возможные методы решения данных проблем, которые являются важными в процессе производства и реализации товара.

В современном обществе, в период технического прогресса существует масса проблем связанных с производством и распределением товаров. Очень заметно влияние наличия природных ресурсов, возможностей доступа к ним, а так же техническая оснащенность планируемого места размещения предприятия.

К условиям размещения можно отнести следующие понятия: природная среда, население (производитель продукции и ее потребитель), материально-техническая и научная база, система производственных коммуникаций (по организации, функционированию и управлению производством), общественно исторические условия развития производства.

Стоит отметить взаимосвязь условий и факторов, т.к. они могут оказывать косвенное или непосредственное влияние на развитие и размещение отдельных предприятий, отраслей, территориальную организацию хозяйства отдельных регионов.

Различают следующие группы факторов:

Природные, к которым относят количественные запасы и качественный состав природных ресурсов, горно-геологические и другие условия их добычи и использования, климатические, гидрогеологические, орографические характеристики территории. Они играют определяющую роль в размещении добывающей промышленности и топливно-, энерго-, сырье-, водоемких производств.

Социально-экономические, к которым прежде всего относят особенности размещения населения, территориальную концентрацию трудовых ресурсов и их качественную характеристику.

Материально-технические и рыночно-инфраструктурные условия и факторы включают материально-техническую и научно-техническую базы, а также инфраструктуру рынка.

Технико-экономические факторы определяют затраты на производство и реализацию сырья, материалов и готовую продукцию [3].

В современном мире экономика получила широкие возможности в сети Интернет. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в экономике появился новый сектор – электронная торговля, которая является одной из составляющих «новой экономики» и обретающая все большую практическую значимость.

Интернет-торговля – это быстроразвивающаяся отрасль, именно поэтому бизнесу в Интернете уделяется особое внимание в связи со становлением информационного общества и его непосредственным вкладом в экономику. Сама по себе глобальная сеть дает возможность товарам и услугам выходить на мировой рынок торговли. Способствуют этой возможности электронные торговые площадки.

Электронная торговая площадка (ЭТП) – программно-аппаратный комплекс организационных, информационных и технических решений, обеспечивающих взаимодействие продавца и покупателя через электронные каналы связи [2].

В нашем случае объектом исследования является предприятие. В свою очередь предметом являются методы и средства управления размещением производства, а так же способы их применения на практике. Тема является актуальной, поскольку стремительно развивающиеся IT-технологии позволяют совершать покупки, не выходя из дома. Что в свою очередь поднимает на первое место именно проблему размещения предприятия, основываясь на проблемах производства, а не распределения товаров.

ЭТП позволяет объединить в одном информационном и торговом пространстве поставщиков и потребителей различных товаров и услуг. Участникам ЭТП предоставляется ряд сервисов, повышающих эффективность их бизнеса. Электронной торговой площадкой сегодня можно назвать любой Интернет-ресурс, посредством которого заключаются сделки купли-продажи между предприятиями покупателями и продавцами. Заказчики получают возможность проводить электронные торги – аукционы, конкурсы, запросы котировок и предложений, – оптимизируя затраты, а поставщики – участвовать в проводимых закупках, размещать информацию о предлагаемой продукции и услугах [2]. Весь этот комплекс средств позволяет совершать покупки, находясь за сотни и тысячи километров от места производства, уступая распределение товара иной организации. Тем самым возникает вопрос – как эффективнее разместить предприятие, основываясь только на потребностях производства, что бы влияние проблемы распределения товарных благ был минимален?

Влияние мировых тенденций будет сказываться на увеличении доли электронной торговли в государственной экономике в ближайшее время, следовательно, электронная коммерция все сильнее и сильнее будет влиять на экономику государства.

Одним из возможных методов является операционный менеджмент. Поэтому развитие online-торговых площадок должно использовать возможности операционного менеджмента (ОМ) для участников.

Любое предприятие, ориентированное на долгосрочную работу, разрабатывает определенные планы по завоеванию своей доли рынка [2]. Именно операционный менеджмент помогает достичь следующих результатов:

- 1) определить свою целевую аудиторию;
- 2) выбрать соответствующий стиль управления и методы контроля;
- 3) адаптировать стратегию под актуальные запросы рынка;
- 4) выделить приоритетную для сбыта продукцию;
- 5) увеличить объемы продаж;
- 6) положительно влиять на продуктивность работы;
- 7) предотвратить возникновение сложных ситуаций;

При достижении вышеперечисленных результатов, можно с уверенностью сказать об обеспечении экономической безопасности участников и конкурентоспособности ЭТП.

Электронная торговая площадка должна базироваться на ряде задач ОМ. Задачи, которые решает операционный менеджмент, являются важными факторами успеха организации процесса электронных продаж:

- 1) Управление цепями поставок – управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах.

- 2) Управление запасами поставщика – интегрированный процесс, обеспечивающий операции с запасами внутри фирмы и вне её – на всем протяжении цепи управления поставками.

- 3) Управление прогнозированием, которое относится к аналитическому процессу определения потребительского спроса. Данный фактор является решающим в увеличении прибыльности предприятия.

- 4) Управление качеством, которое включает в себя как управление качеством товара, так и управление сервисом, предоставляемого покупателю.

В большинстве случаев, предлагается основная модель расчета капитальных вложений, по формуле 1.1, при размещении производства:

$$ПЗ = С + Е * Л, \quad (1.1)$$

где ПЗ – приведенные затраты;

С – эксплуатационные затраты;

К – капитальные затраты;

Е – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений.

Основываться на данной модели малопродуктивно, т.к. нельзя точно сказать, что будет учтены все аспекты при размещении производства.

Вторым возможным решением проблемы является географическая зависимость. И здесь главным фактором выступает взаимосвязь различных отраслей с производством, например энергозатратное производство следует размещать около дешевых источников электроэнергии (ГЭС, АЭС). Однако стоит учесть тот факт, что ГЭС будет предпочтительней в плане выхода к перевозкам продукции по воде. АЭС, в большинстве случаев, имеет обширную сеть транспортных дорог в непосредственной близости. Наличие железнодорожных транспортных путей, возможности выхода к перевозке ресурсов по морю, воздуху или даже наличие нескольких возможностей. Найдя баланс между данными показателями позволит эффективно разместить предприятие так, что бы затраты на производство продукции было минимальным, а затраты на транспортировку и последующую реализацию были минимальны как для производителя, так и для заказчика.

Применение топографических моделей при составлении баланса ресурсов производства и логистических цепей поставок будет весьма ценным.

Подводя итог, можно сказать, что на данный момент существует проблема размещения предприятия. Стоит только обратить внимания на успешные решения Китая в этом направлении или наоборот, на некоторые убыточные проекты США (в частности производство и распределение автомобилей в Детройте). Но так же существует широкий спектр механизмов, позволяющих их решить. И только грамотный подход к выбору методов позволит создать гибкую систему, позволяющую оценивать ситуацию при планировании размещения предприятия.

Список использованных источников:

1. Targowski A.S. Electronic Enterprise: Strategy and Architecture // Idea Group Inc (IGI). 2012.
2. Современные инновационно-инвестиционные механизмы развития национальной экономики: межвуз. сб. науч. тр./ Полтава ун-т имени Юрия Кондратюка. 2016. Вып. 2. С. 230.
3. Grandars.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/ekonomicheskaya-geografiya/> – Дата доступа 01.04.2018.

## **ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ПРОГРАММНАЯ ПОДДЕРЖКА НА ОСНОВЕ ВЕБ-ТЕХНОЛОГИЙ**

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Резниченко К. А.*

*Поттосина С.А. – к.ф.-м.н., доцент*

С точки зрения экономической теории планирование является механизмом, который заменяет «невидимую руку рынка». Вопрос о необходимости планирования на макроуровне решается в рамках различных научных школ по-разному. Планирование в большей мере, чем саморегулирование рынка, позволяет максимально эффективно использовать ограниченность ресурсов.

Планирование – одна из составных частей управления, заключающаяся в разработке и практическом осуществлении планов, определяющих будущее состояние экономической системы, путей, способов и средств его достижения [1].

Целью разработки стратегии развития предприятия является выявление основных направлений его эффективного функционирования на основании максимальной реализации существующего научно-технического потенциала во взаимосвязи с внутрипроизводственными резервами и внешней окружающей средой.

Основными задачами формирования стратегии предприятия являются:

- выбор эффективных направлений хозяйственной деятельности, которые необходимо развивать;
- определение размера капитальных вложений и других ресурсов, необходимых для осуществления выбранных направлений хозяйственной деятельности;
- оценка результатов отдачи.

Стратегический план предприятия составляется в такой последовательности:

1. Анализ деловой окружающей внешней и внутренней среды.
2. Определение хозяйственной политики предприятия.
3. Формулировка базовой стратегии и выбор стратегической альтернативы.
4. Формулировка функциональных стратегий: маркетинга, НИОКР, производства, организационных изменений, а также финансовая, социальная и экологическая стратегия.

При составлении стратегического плана используется следующая информация: объем годовых продаж по группам товаров; годовая прибыль и убытки по структурным подразделениям; годовой объем экспорта и его удельный вес к общему объему продаж; доля рынка; объем ежегодных капитальных вложений; баланс на конец последнего года плана; финансовый план.