

Построение начального плана перевозок проводится следующим образом. Строится матрица задачи с промежуточными пунктами для заданной сетевой модели и на этой матрице отыскивается допустимый план перевозок. Построение матрицы осуществляется в следующем порядке.

1. Выделить строку для каждого источника и задать значение  $S_i$  как количество поставленных из него изделий;

2. Выделить столбец для каждого стока и задать значение  $D_i$ , определяемое потребностью в изделиях;

3. Выделить строку и столбец для каждого промежуточного пункта.

В результате работы в логистической компании было выяснено, что для оптимального использования ресурсов, в том числе и транспортных, необходимо создать программное средство, позволяющее решать варианты описанной ранее задачи с построением оптимального плана поставки и добавлением в исходный маршрут промежуточных пунктов с целью минимизировать затраты и максимизировать прибыль. Данное средство должно быть написано на языке Java, с применением технологии Spring и Hibernate.

**Список использованных источников:**

1. Ковалев М.М., Королева А.А., Дутина А.А. – Транспортная логистика в Беларуси: состояние, перспективы, 2017. – 65 с.

2. Harvey M. Wagner / Г. Вагнер – Основы исследования операций, 1969. – 219 с.

3. Edward Frazelle / Эдвард Фразелли – Мировые стандарты складской логистики, 2012. – 16 с.

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Мухин Ю.С.

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

Алёхина А.Э. – к.э.н., доцент

В ходе работы были проведены исследования методов оценки эффективности мероприятий в сфере ИТ-технологий, а так же проведён анализ влияния расчёта уровня окупаемости инвестиций на степень успешности предприятия.

Развитие технологий привело к новым способам мониторинга ROI. Поэтому, в первую очередь, необходимо лучше узнать об использовании технологии и способах интерпретации результатов.

Тщательные исследования в области ивент-индустрии позволили разработать для нее особые методы оценки эффективности мероприятий.

Оценка эффективности мероприятия – это количественный способ выражения успеха. ROI мероприятия определяется в зависимости от поставленных и достигнутых целей. Например, если мероприятие было направлено на становление и развитие лидерских качеств, то ROI будет оцениваться исходя из:

- 1) объема финансовых затрат;
- 2) количества человек и их успехов в данном направлении.

Таким образом, если обучение прошли много людей, но ни один из них так и не начал приносить дополнительную прибыль, то в этом случае нельзя говорить о положительном ROI.

Если же целью мероприятия было получение денежных средств от спонсоров или посетителей, тогда ROI будет рассчитываться исходя из чистой прибыли. Рассчитать эффективность мероприятия тем сложнее, чем меньше используется точных цифр для описания его целей. Например, задачей многих конференций является образовательный процесс для участников по определенной тематике. В этом случае ROI будет оцениваться по количеству людей, принявших в ней участие, и степени усвоенности материала. И, конечно же, универсальным показателем является то, насколько эффективно они будут применять полученные знания. Если вы потратили время и деньги на проведение мероприятия, но никакой практической пользы от обучения не получили, то это соответственно скажется и на уровне ROI.

Есть несколько способов, которыми измеряется ROI мероприятия, и при этом, опять-таки, важно учитывать цели. Эффективным инструментом для проведения оценки могут служить специальные приложения. Система учитывает каждое действие, отмеченное в ней, что позволяет оценить степень вовлеченности участников и уровень их заинтересованности. Если мероприятие проводилось с образовательной целью, то с помощью приложения можно осуществлять опросы для выявления результатов обучения, отмечать посещаемость, и следить за рейтингом докладчиков. Подобные программы позволяют находить новые способы оценки даже в тех ситуациях, в которых ранее это было сделать очень проблематично.

Для оценки эффективности мероприятий не существует какого-то одного конкретного параметра, но есть несколько ключевых моментов, которые очень важно принимать во внимание:

1) Регистрация: насколько хорошо я могу преподнести, разрекламировать свое мероприятие и продать его?

2) Приглашения: достаточно ли эффективно сработали рекламные сообщения? Мотивируют ли они действительно присутствовать тех, кто зарегистрировался?

3) Посещение: привлечет ли ваш бренд или событие достаточное количество людей? Насколько посетителям интересна тема, докладчики и другие гости? Этот параметр во многом определяет, будут ли посетители приходить к вам вновь, а также порекомендуют ли вас своим коллегам и партнерам.

4) Удовлетворенность: остались ли посетители довольны? Что этому способствовало?

Если не оценивать эффективность мероприятия, вы теряете возможность определить свои сильные и слабые стороны. После того, как открылись двери и мероприятие началось, у вас нет надежного способа узнать, много ли посетителей являются вашими потенциальными клиентами, получают ли спонсоры внимание своей целевой аудитории, и не считают ли гости, пришедшие на мероприятие, что они зря потратили свои деньги и время.

**Список использованных источников:**

1. Хальцбаур У. Event-менеджмент: профессиональная организация мероприятий. — М.: ЭКСМО, 2010. — 384с..
2. Крандер М. Event-менеджмент в IT: стратегии, методы. — М.: Вершина, 2001. — 547с

## **ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ НОВОЙ МОДЕЛИ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Петрович Н.О., Комличенко В.Н*

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

*Комличенко В.Н. – к.т.н. доцент*

В статье рассматриваются возможности и необходимость внедрения информационных технологий в модели размещения производств. Этот процесс позволит создать качественно новую модель, применимую к хозяйствующему субъекту в современном информационном обществе.

Методы эффективного размещения предприятия являются неотъемлемой частью механизма функционирования рыночной экономики. Многие экономисты сошлись во мнении, что на функционирование рыночного механизма ценообразования и пропорции общественного производства в равной степени может влиять как конкуренция, так и размещения производств [1]. Благодаря конкуренции в экономических отношениях остаются только те субъекты, которые наиболее эффективны. В свою очередь методы рационального размещения позволяют сокращать издержки на производство и распределение товара.

Автором были выделены наиболее значимые результаты проведенного исследования, которые обладают научной новизной:

введено понятие эффективная логистическая линия предприятия, которая определяет позиционирование предприятия и обусловлена сложившейся модели рыночных отношений;

проведена структуризация и классификация факторов, отвечающих за позиционирование предприятий. В их основе лежит группировка на факторы конкурентной среды и базирования. Полученная классификация, отличается от существующих, обладает свойствами открытой системы с нечетким множеством элементов;

определен и введен показатель эффективности размещения предприятия, который базируется на стратегическом размещении и оценке хозяйствующего субъекта. Для данного показателя можно выделить ряд преимуществ: объективность, многофункциональность, возможность использования математической логики для обработки;

разработана система взаимосвязанных показателей, которые позволяют осуществлять всесторонний анализ и оценку эффективности предприятия [3];

При размещении предприятий, учитывающих только старые модели, возникает ряд проблем, которые невозможно решить путем модернизации и внедрению информационных технологий. Это связано с устаревшей базой, на которой они созданы.

Подводя итоги исследования, автором были выделены базовые средства, на основе которых должно осуществляться построение модели «как должно быть»:

Развиваться смогут только те компании, которые будут максимально оперативно внедрять новые технологии в свои процессы.

В связи с внедрением современных технологий отслеживания и контроля будет сложнее скрывать плохое качество или высокую цену, т.к. данные технологии позволят потребителю в любой момент и из любой точки планеты получить всю необходимую информацию. Все процессы для потребителя станут более прозрачными.