

дуль, выбирающий из общей базы данных информацию, относящуюся к конкретному проекту или группе проектов, и выполняющий такие стандартные для управления проектами задачи, как расчет сроков проекта, требуемых ресурсов, затрат проекта и рисков, является SAP ERP со специализированным модулем «Управление инвестициями» (Investment Management-IM).

Центральным элементом компонента «Управление инвестициями» является инвестиционная программа, которая представляет запланированные или бюджетные затраты на инвестиции предприятия в форме иерархической структуры. Иерархию можно структурировать в соответствии с организационной диаграммой предприятия [2].

Компонент SAP ERP «Управление инвестициями» позволяет создавать инвестиционные программы, разрабатывать несколько вариантов планов вложений инвестиций и выбирать наилучший на основе ряда показателей, дает возможность создавать инвестиционные проекты для исполнения инвестиционных программ, осуществлять пошаговый контроль реализации инвестиционного проекта с отслеживанием выполнения запланированных работ по объемам и срокам. Кроме этого настроенный модуль «Управление инвестициями» (IM), интегрированный с другими модулями системы, позволяет эффективно планировать и контролировать выполнение проекта на всех этапах.

Литература

1. *Бланк, И.А.* Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. — К.: Эльга-Н: Ника-Центр, 2001.
2. SAPLibrary — Управление инвестициями (IM) [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: http://help.sap.com/saphelp_46c

*М.П. Анисимов, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ В КОРПОРАТИВНЫХ СЕТЯХ

Высокими темпами в компаниях растут базы электронных документов, которыми даже при наличии корпоративной сети становится трудно управлять, осуществлять поиск необходимых данных, что усугубляется созданием и хранением неструктурированной бизнес-информации в виде документов различных форматов. По данным аналитической компании IDC, в период до 2020 г. количество цифровой информации, созданной и воспроизведенной в мире, вырастет до 35 зеттабайт. Это подтверждает факт постоянного сокращения доли рабочего времени сотрудников на

анализ бизнес-процессов и принятие эффективных управленческих решений, что отрицательно сказывается на качестве управления и, следовательно, на конкурентоспособности компаний.

Обзор высоких технологий поиска информации позволил выделить три основных направления развития эффективных инструментальных средств поиска информации для корпораций: поиск в сети Интернет (внешний), поиск в корпоративной сети (внутренний) и поиск по сайту. Одним из аспектов исследования направлений развития инструментария информационного поиска является нахождение механизма их влияния на продвижение корпоративного сайта в сети Интернет.

Для внешнего поиска предназначены информационно-справочные системы. В настоящее время существуют три основные международные поисковые системы — Google, Yahoo и MSN Search, которые имеют собственные базы и алгоритмы поиска. Наиболее популярной на постсоветском пространстве является Яндекс.

Многочисленные теоретические и практические разработки по решению проблемы взаимодействия информационно-поисковых систем и веб-сайтов посвящены методам поиска по ключевым словам запросов пользователей в сети Интернет и определению критериев и алгоритмов ранжирования найденных сайтов по их релевантности. Основными трудностями для создателей и владельцев сайтов на этом пути являются закрытость и динамичность методов поиска, а также состава критериев и алгоритмов ранжирования для каждой поисковой системы. В настоящее время известны десятки методов поиска информации по ключевым словам и методик ранжирования данных. Исходя из этого задача состоит в формировании такого контента сайта, который бы учитывал особенности различных методов поиска и обеспечивал устойчивость параметров, характеризующих сайт, к изменению алгоритмов ранжирования.

К новейшим средствам внутреннего поиска информации в корпоративной сети следует отнести Google Search Appliance. Это универсальное бизнес-решение, в котором эффективные технологии Google-поиска дополнены функциями, специально разработанными для нужд современных компаний. Роль средств внутреннего поиска информации в корпоративной сети в продвижении корпоративного сайта заключается в возможности улучшения количественных характеристик сайта, таких как количество посетителей и их переходов на другие страницы сайта, длительность времени просмотра страниц, совершение «нужных» действий и процент отказов.

Представителем третьего направления развития информационного поиска является Google-поиск для сайтов, который обеспечивает точное и быстрое нахождение информации на сайте корпорации. Поиск осуществляется в режиме онлайн на сайте <http://www.google.ru/enterprise/>

search/products/gss.html. Для иллюстрации результативности средства поиска был выполнен анализ сайта БГЭУ — bseu.by — на наличие информации по запросу «методы поиска информации». Средство Google-поиск для сайтов, примененное для анализа не только сайта корпорации, но и сайтов партнеров, конкурентов и заказчиков, может быть полезным при создании и совершенствовании семантического ядра корпоративного сайта, а также обеспечении его уникальности.

*А.О. Брилевский, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

СИСТЕМА СПУТНИКОВОГО МОНИТОРИНГА КАК ИНСТРУМЕНТ УЛУЧШЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одним из важнейших показателей оценки деятельности товаропроводящей системы предприятия является степень удовлетворенности клиента. Она зависит от слаженности работы как производства (своевременное и качественное изготовление продукции), так и транспорта (доставка продукции в согласованные сроки, комплектность груза и качество разгрузочных работ).

В настоящее время многие производственные или транспортные предприятия установили на собственный автотранспорт систему GPS-мониторинга транспорта. Так, КУП «Минскхлебпром» начало опытное внедрение системы контроля в 2010 г. и перешло к ее промышленной эксплуатации в 2013 г. Благодаря отработке мероприятий по энергосбережению и повышению эффективности задействования собственного автопарка значительно сократились затраты на содержание автотранспорта, выросли загрузка и плотность рейсов.

Помимо реализации мероприятий по контролю собственного автопарка КУП «Минскхлебпром» также внедрило подсистему регистрации параметров рейсов наемного автотранспорта на хлебозаводе № 6, на остальных хлебозаводах осуществляется точечный контроль рейсов при помощи трекеров.

Для улучшения функционирования товаропроводящей сети предприятия в геоинформационную систему (ГИС) были интегрированы логические датчики контроля основных параметров, улучшение которых является обязательным условием повышения степени удовлетворенности клиентов. Введение ряда надстроек системы позволило контролировать машины на выданных маршрутных заданиях, следить за последовательностью объезда точек разгрузки, сверять время прибытия с графиком заезда продукции, а также производить мониторинг простоев как вне пла-