

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ЗАКАЗОВ ПРИ ОКАЗАНИИ УСЛУГ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

А. В. ЛИХТАРОВИЧ, В. С. КОНОНОВИЧ

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – А. М. ТУРОВЕЦ, СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

Определена важность не только информационные системы организации, но и качество данных которые ее наполняют. Выделены основные проблемы при взаимодействии с программными продуктами в процессе реализации транспортно-экспедиционных услуг. Выбраны основные варианты решений поставленной задачи с целью увеличения количества заказов.

Ключевые слова: информационная система, транспорт, экспедиционное предприятие, эффективность, интеграция.

Важность информационной логистической системы, прежде всего, заключается в том, что на ней базируется подсистема управления организацией соответствующего уровня. И от степени наполнения информационной системы, качества и своевременности информации зависит эффективность системы управления процессом в целом.

Что касается отдельных транспортно-экспедиционных предприятий, то их существенным недостатком является устаревшая система ведения документооборота. Зачастую на документальную обработку информации и заключение договора оказания транспортно-экспедиционных услуг специалисты компании тратят слишком много времени.

Общие системы дают возможность объединить всех агентов во всех странах, предоставляют оперативный доступ ко всей необходимой информации, позволяют значительно упростить процедуры издания и проверки необходимых документов, а возможность электронного обмена информацией с партнерами и клиентами снижает вероятность ошибок и задержек, связанных с человеческим фактором. Совокупность применяющихся в этих системах технических средств и методов их применения называют информационными технологиями [1].

Так как была выделена проблема нехватки времени на обработку одного заказа, предлагается мероприятие, которое могло бы ускорить процесс обработки данных. В процессе обмена информацией между подрядчиками и внутри системы, необходимо обратить внимание на оперативности передачи данных.

Реализация данного проекта позволит облегчить и упростить работу экспедиторов с поставщиками и клиентами, ускорить бизнес процессы поиска перевозчиков, ведения заказов и получения обратной связи. Подрядчики получают доступ к предложениям грузов автоматически, как только те появятся в системе, к своим заказам, к различным отчетам по заказам и оплатам, а также к электронным документам по заказам. Смогут вносить события по выполнению заказов, данные по своей компании и подвижному составу. Экспедиторы смогут существенно быстрее и удобнее получать информацию о предложениях ставок, оформлять заказы и отслеживать статусы выполнения заказов. Подрядчик сможет видеть на платформе предложения грузов, давать по ним ставки с комментариями, получать подтверждение от экспедитора, о том, что он выбран на выполнение заказа. Что в совокупности ускорит процесс обработки информации.

Таким образом, предлагается для повышения эффективности автомобильных грузоперевозок компании внедрение информационной платформы, интегрирующей процессы обмена информацией в одну систему, т.е., используя одну информационную платформу.

Библиографические ссылки

2. Орлова, Я. В., Туровец, А. М. Определение степени влияния информационных технологий на уровень себестоимости транспортных услуг. Бизнес. Инновации. Экономика: материалы науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых Ин-та бизнеса БГУ, Минск, 19 апр. 2019 г. [Электронный ресурс] / Бел. гос. ун-т, Ин-т бизнеса БГУ. – Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. – С. 391-395 – Дата доступа: 10.05.2021.

СПЕЦИФИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

А. А. ЛОСИК

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – И. В. ЛАШУК, КАНДИДАТ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ

В ходе работы был осуществлен анализ феномена потребления, потребительского поведения как его составной части, организаций общественного питания на основе их классификации, организационных форм и

мировых тенденций развития. Используя статистические данные были проанализированы региональные специфики развития организаций общественного питания в Беларуси. Обобщение, анализ теоретических источников и статистических данных, а также проведение прикладного исследования на тему «Оценка качества работы пунктов общественного питания торгового комплекса БГЭУ» позволили выявить специфику потребления услуг организаций общественного питания Республики Беларусь.

Ключевые слова: потребление, потребительское поведение, общественное питание.

Трансформации, происходящие в обществе, характеризуются возрастанием роли потребления как явления и процесса, и увеличением покупательской активности.

Организации общественного питания – это группы людей, чья деятельность координируется для достижения общих целей оказания услуг общественного питания посредством: производства кулинарной продукции, ее реализации и организации питания населения.

Организации общественного питания могут быть классифицированы по значительному количеству признаков, что свидетельствует о высокой развитости и дифференциации организаций общественного питания на современном этапе социально-экономического развития.

В ходе перехода к постиндустриальному обществу и процессов глобализации происходит интенсивное развитие сетей общественного питания. Для Беларуси характерен невысокий показатель обеспеченности местами в общедоступных объектах общественного питания – 27,7 мест на 1000 жителей, тогда как в высокоразвитых странах он составляет 35 и более мест. Анализ статистических данных не выявляет значимой региональной разницы по численности объектов общепита, но наблюдается региональная разница по типам организаций.

Специфика потребления услуг организаций общественного питания состоит прежде всего в удовлетворении спроса населения на товары и услуги. Также, общественное питание призвано удовлетворять и другие социальные потребности населения: высокое качество продукции и услуг, экономия своего личного времени на приготовление пищи, минимальные затраты времени на дорогу к месту организации питания и на ожидание обслуживания, уровень сервиса предприятий общественного питания и т.п.

Оценка качества работы пунктов общественного питания торгового комплекса БГЭУ, среди студентов, показала наличие резервов для улучшения работы пунктов общепита университета. Стоит уделить внимание тем сторонам, которыми опрошенные удовлетворены частично: ассортимент товаров/блюд, ассортимент диетических блюд, график работы, ценовая политика, сокращение очередей и увеличение оперативности обслуживания.

В ходе исследования было выявлено, что незначительная часть опрошенных не удовлетворены качеством блюд, что связано, скорее, с вкусовыми предпочтениями отдельных лиц.

Таким образом, рассматривая феномен потребления, стоит учесть, что оно изначально свойственно человеку. Индивид всегда зависим: первоначально от природы, а затем, с возникновением разделения труда и сложных производственных отношений, от общества и социально-экономического устройства. Сегодня потребности человека неимоверно возросли. В итоге потребление потеряло свою основную функцию – оно перестало быть средством для продолжения жизнедеятельности индивидов и охватило почти все слои населения. Однако, проблема гораздо глубже: для человека, потребляющего товары, становятся важными уже не какие-то их качества, а сопутствующие услуги, оказываемые организациями общественного питания, делающие данные товары пригодными для удовлетворения нужд индивидов.

©БГУ

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВЫХ ТРАНЗАКЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ В ТРАНСГРАНИЧНЫХ ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Н. А. ЛУЩЕВСКИЙ, Н. А. БАТУРО

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – А. М. ТУРОВЕЦ, СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

Определены текущие тенденции развития цепей поставок, которые создают определенные преграды к обеспечению непрерывного движения ценности. Сформировано понятие устойчивости цепи поставок и ограничения связанные с его формированием. Выделена необходимость высокого уровня координации участников в процессе принятия управленческих решений.

Ключевые слова: устойчивость, scm-системы, цепочка поставок, бизнес-процесс, добавленная стоимость, уровень сервиса.

Цепочки поставок расширились за последние пятнадцать лет и, в настоящее время, их следует рассматривать как сети поставок. Все взаимодействия между многочисленными поставщиками и