

МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ ПРОЦЕССНОЙ МОДЕЛИ «AS IS»*К.т.н., доц. Казаков В.Е.**Витебский государственный технологический университет*

На данный момент внедрение систем управления в различных организациях производится при уже сложившейся схеме деятельности, регулируемой различными нормативными актами, зачастую не полностью описывающими их деятельность. В этих условиях при проектировании моделей систем управления необходимо использовать методологию, называемую «как есть» («as is»).

Основные этапы моделирования системы управления «как есть»:

Сбор информации, осуществляемый посредством исследования документов, наблюдение за выполняемыми операциями, анкетирования сотрудников.

Составление списка данных с унификацией названия всех объектов, а также установить набор атрибутов для каждого из них.

Составление списка функций – неделимой операции преобразования одних объектов в другие.

Построение диаграммы процессной модели, которая связывает в единую схему все функции, выявленные на предыдущем этапе.

Обобщение диаграммы. На этом этапе происходит группирование отдельных функций в подпроцессы. Завершается обобщение созданием процесса, расположенного на вершине иерархии, на уровне А0.

Наличие такой модели в дальнейшем позволит оптимизировать деятельность организации, упорядочить её документооборот, провести имитационное моделирование различного рода процессов реорганизации, а также построить автоматизированную систему управления этой организации

УДК 004.42 : 338.24

**РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННО-ЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ БИЗНЕС-ПЛАНА
ВЫПУСКАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ***М.э.н., асс. Мандрик О.Г.**Витебский государственный технологический университет*

Бизнес-план – это краткое изложение на бумаге того, что представляет из себя бизнес: каковы его активы, пассивы, каковы механизмы получения прибыли. Он точно отражает, с чего необходимо начать свой бизнес, как и когда планировать выполнение поставленных целей – получение определенной прибыли.

Содержанием бизнес-плана предприятия является проведение комплекса маркетинговых и технико-экономических исследований, направленных на совершенствование и развитие производства.

В каждом из разрабатываемых блоков бизнес-плана представлены подразделы, а также вся информация, необходимая для проведения расчетов с использованием электронных таблиц, связанных с освоением и выпуском новой продукции.

Результатом работы является информационно-логическая модель, позволяющая разработать программу в среде ТП MS EXCEL, которая будет осуществлять расчеты показателей бизнес-плана. Данный программный продукт выступает как самостоятельная

отдельная составляющая, которая может быть использована как в целях обучающего средства в учебном процессе и непосредственно на предприятиях Республики Беларусь, так и при самостоятельном расчете бизнес-плана выпускаемой продукции.

Информационно-логическая модель бизнес-плана выпускаемой продукции включает в себя следующие разделы (блоки):

Блок 1. Описание предприятия.	Блок 6. Оценка рисков.
Блок 2. Описание продукции.	Блок 7. Финансовый план.
Блок 3. Анализ рынков сбыта. Стратегия маркетинга.	Блок 8. Показатели эффективности проекта.
Блок 4. Производственный план.	Блок 9. Юридический план.
Блок 5. Организационный план.	Блок 10. Приложения.

УДК 339.371.5

СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ВИТЕБСКЕ И ВИТЕБСКОМ РЕГИОНЕ. ОБЗОР И СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭЛЕКТРОННЫХ МАГАЗИНОВ

Доц. Терентьев В.П., ст. преп. Стасеня Т.П.

Витебский государственный технологический университет

Сегодня интернет рассматривается как средство альтернативного более дешевого и широкого канала доступа к выполнению торгово-закупочных операций и оказанию широкого спектра услуг. Изменяются и требования потенциальных клиентов к качеству веб-страницы и ее функциональным возможностям.

Необходимость оценить свои сайты является важной задачей для каждого предприятия. Решение этой задачи позволяет судить о том, насколько эффективно работает сайт и что требует дальнейшей доработки.

Методика анализа сайта оперирует набором критериев оценки. Оценочные факторы имеют разный вес: назначение проекта и функциональность (вес раздела 30 %); качество контента (вес раздела 20 %); художественный образ (вес раздела 20 %); дополнительные сервисы сайта (вес раздела 10 %). Каждый раздел оценивается по шкале 0 – 5.

Исследование ограничено анализом сайтов некоторых известных предприятий Витебского региона: ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»; ЗАО ОПТФ «СВИТАНАК»; ОАО «Витебский комбинат шелковых тканей»; РУПТП «Оршанский льнокомбинат»; ООО «Белвест»; ООО «Марко»; РУП «Полоцкая фабрика художественных изделий «София». Ниавысшую оценку получили сайты ООО «Марко» и ООО «Белвест».

Присутствие белорусских предприятий легкой промышленности в интернете можно назвать состоявшимся. Основной недостаток – это устаревший дизайн и/или сложная навигация.