

- наполняемость баз, превышающая аналоги;
- полнота и оперативность включения новых документов;
- сервис, предоставляемый пользователю;
- юридическая обработка;
- высокие современные программные технологии
- поисковые и аналитические возможности;
- эксклюзивные консультационные материалы.

Также были выявлены и основные проблемы:

Были выявлены и основные проблемы, это: отсутствие маркетинговых исследований рынка; высокие цены на выполняемые услуги; недостаточно знаний о конкурентах; единственный офис.

Развитие конкуренции в сфере информационных услуг несомненно приведет к повышению их качества, также как и оценка их конкурентоспособности и анализ выявляемых проблем.

Литература

1. Абдикеев, Н.М. Китова О.В. Корпоративные информационные системы управления: Учебник /. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 464с.

Информация об авторах

Мазунин Сергей Александрович, студент, Пермский Институт (филиал) Российский Экономический Университет имени Г. В. Плеханова, г. Пермь, Россия.

Мазунина Татьяна Александровна, к.фарм.н., доцент, магистр по направлению Торговое дело, зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров, Пермский Институт (филиал) Российский Экономический Университет имени Г. В. Плеханова, г. Пермь, Россия.

Маковский А.Л.

ПЕРСПЕКТИВЫ ЛОГИСТИКИ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

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

В последнее время бурно развивается та отрасль логистики, которую вполне обоснованно можно назвать логистикой конечного потребления. Чем она характеризуется? В первую очередь тем, что она знаменует конечную цель любой логистической операции – удовлетворение потребностей конкретного индивида, причем со всем максимально возможным комфортом и сопутствующим сервисом. Со временем меняются средства реализации этой услуги, основную доставку сейчас осуществляют на легковых автомобилях. При всей однозначности удобства и скорости оказания подобной услуги тут кроются не вполне очевидные недостатки. Пробки, которые все чаще блокируют движение транспорта в пределах крупных городов, часто становятся препятствием для доставки товара «точно вовремя». На наш взгляд, в скором будущем следует ожидать массового привлечения для оказания услуг по доставке товаров, особенно малых партий, типичного городского транспорта, который активно использует молодежь. Использование велосипедов, скутеров и легких мотоциклов – за этим будущее логистики конечного потребления в самом ближайшем будущем.

Вполне обоснованным представляется, что доставка продукции потребителю будет в первую очередь ориентирована на использование беспилотных летательных

аппаратов (дронов), особенно для районов, удаленных от мегаполисов или просто крупных населенных пунктов.

Корпорация Google, являющаяся неизменным лидером среди поисковых систем, разрабатывает систему дронов, которые смогли бы доставлять товары в любую точку мира. Project Wing (проект «Крыло») – официальное название системы, разрабатываемой совершенно новым подразделением компании Google X.

Дрон, являющий собой беспилотный летательный аппарат, изначально был прерогативой военной сферы деятельности, позднее система заинтересовала представителей и других отраслей. Google X – часть команды Google, которая работает над исследованием дронов уже более двух лет. Однако, проект наконец-то вышел из стадии разработки на стадию внедрения продукта на мировой рынок. Первой попыткой доставки товара с помощью такого аппарата стала исследовательская поездка в Австралию. Прототип дрона, снабженный четырьмя пропеллерами, доставил посылки с шоколадом, кормом для животных и вакциной для скота двум фермерам в Квинсленд. Весь груз был размещен в специальном отверстии по центру крыла. Пропеллеры аппарата, в зависимости от стадии полета перемещались в разные позиции, что также является одной из особенностей дрона.

Для спуска дрона вместе с посылкой было рассмотрено несколько вариантов. Так дрон, вместе с грузом был спущен с высоты 150 футов над уровнем земли. Представитель корпорации отметил, что беспилотный аппарат призван не только найти более дешевый и быстрый способ доставки товаров по миру, но и найти вариант доставки груза, более бережного, по отношению к окружающей среде, чем существующие на сегодня [1].

Впервые в истории крупная американская компания получила право на применение беспилотных аппаратов для доставки посылок абонентам. Федеральное управление авиаресурсами США одобрило соответствующий запрос компании Amazon[2].

Во-первых, Республика Беларусь достаточно давно и успешно осваивает промышленное производство беспилотных летательных аппаратов.

Во-вторых, наряду с промышленным производством, ВУЗы республики могли бы достаточно быстро и качественно решить задачу подготовки специалистов по конструированию, производству, обслуживанию и эксплуатации дронов. По мнению вице-президента по развитию «Сколтех» Алексея Ситникова, специалисты подобного профиля в ближайшем будущем будут пользоваться повышенным спросом на рынке труда [3].

В заключение, мы можем предложить новую концепцию наведения дронов при доставке товаров потребителю в удаленном доступе. На замену оператору можно предложить автоматическую систему наведения на потребителя (АСНП), в которой можно применить принцип, использованный российскими разработчиками при проведении операции по нейтрализации «мятежного» генерала Д.Дудаева. У современных потребителей сотовые телефоны не нашли широкого распространения, но у них практически у каждого имеется сотовый телефон с уникальным номером. Вот этот уникальный номер сотового аппарата предлагается использовать для своеобразного целеуказания по доставке груза потребителю. Думается, что перечисленные аргументы и их успешная реализация позволит экономике страны занять достойное место в мировом экономическом сообществе.

Литература

1. Google впервые использовал дрон для доставки товара на другой континент [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bonline.ru/infobusiness/1098/>. – Дата доступа: 29.10.2015.

2. Власти США разрешили Amazon использовать дронов для доставки товаров [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://avufa.ru/2015/03/23/vlasti-ssha-razreshili-amazon-ispolzovat-dronov-dlya-dostavki-tovarov/>. – Дата доступа: 12.10.2015.

3. Новые технологии в образовании [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://echo.msk.ru/programs/newm/1643164-echo/>. – Дата доступа: 02.10.2015.

Информация об авторах

Маковский Андрей Леонидович, кандидат технических наук, доцент, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Республика Беларусь.

Насибуллина Г.Р., Урядникова М.В.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ. КОНКРЕТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Казанский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации, г. Казань

Оценка конкурентоспособности предприятия необходима для разработки конкурентной стратегии, максимально эффективной для конкретного предприятия, с учетом внешней среды и внутренних особенностей этого предприятия. Конкурентоспособность предприятия определяется наличием у него конкурентных преимуществ, то есть способностью предприятия положительно выделяться среди конкурентов.

Оценка конкурентоспособности предприятия начинается с оценки отрасли, на которой конкурирует предприятие.

Основные экономические показатели, характеризующие отрасль: размеры рынка, доходность отрасли, темпы роста рынка и стадия, на которой находится рынок, масштабы конкуренции, число конкурентов и их относительные размеры, количество покупателей и их финансовые возможности, количество поставщиков и их уникальность, легкость вхождения в отрасль и выхода из отрасли, необходимость и масштаб капиталовложений, загруженность мощностей, дифференцированность продуктов компаний-конкурентов, технологические изменения, их темп и направленность, значимость для потребителей брендов и торговых марок

Оценив отрасль, следующим шагом нужно оценить основных конкурентов и конкурентоспособность изучаемого предприятия по следующим критериям:

- доля рынка;
- конкурентоспособность предлагаемых товаров и услуг;
- уникальность предлагаемых товаров и услуг;
- финансовое положение исследуемого предприятия;
- финансовые, производственные, технологические, инновационные возможности;
- эффективность управления;
- известность бренда, торговой марки.

Конкурентоспособность предприятия определяется ответами на вопросы:

Насколько сильна конкурентная позиция компании по сравнению со своими основными конкурентами?

Что является основным конкурентным преимуществом предприятия?