Ершов Сергей Александрович
аспирант кафедры экономики предприятия и производственного менеджмента, Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов
s-ershov@inbox.ru

Информатизация ключевых процессов

Управление инновационным развитием предприятия электронной коммерции на основе информатизации

Аннотация

В условиях сетевой экономики возрастает значимость инновационного развития, основанного на внедрении в хозяйственную деятельность информационных технологий. Автором сформулированы стратегические приоритеты развития предприятия электронной коммерции, в том числе создание единого информационного пространства для предприятий-контрагентов с целью синхронизации их бизнес-процессов и усиления синергетического эффекта.

Ключевые слова: Интернет, инновационный потенциал, информационные технологии, электронная коммерция, нематериальные активы

В современной экономике все большую роль играют организации, позиционирующиеся во «всемирной паутине» и осуществляющие свою деятельность при использовании информационных технологий. Одной из разновидностей таких организаций является интернет-магазин, или предприятие электронной коммерции.

В стратегии отражается информативность

В узком и технологическом смысле под электронной коммерцией понимается использование сетевых и информационных технологий для организации процесса купли-продажи, однако в настоящее время ее возможности вышли далеко за сложившиеся границы и охватывают все аспекты бизнеса (5).

Электронная коммерция предполагает существенное преобразование «традиционных» форм предпринимательства. Информационные и интернет-технологии формируют новую внутреннюю культуру бизнеса, способность быстрой адаптации бизнес-модели и стратегии к меняющимся условиям хозяйственной деятельности и новым возможностям, являются ключевыми факторами успеха предприятия в быстро меняющихся условиях интернет-экономики.

Опираясь на опыт зарубежных стран, в первую очередь Германии, можно

электронная коммерция предполагает существенное преобразование «традиционных» форм предпринимательства

заключить, что предприятия, основу бизнес-процессов которых составляют информационные технологии, относятся к технологически ориентированным (*Innovations-oriente*). Они характеризуются высокими показателями затрат на НИОКР, освоение новых технологических процессов, продвижение и сбыт продукции (2).

В то же время обзор российского рынка электронной коммерции позволяет сделать вывод, что ситуация с использованием на отечественных предприятиях информационных технологий является неоднозначной: с одной стороны, наблюдается значительный рост затрат на информатизацию, с другой – непонимание принципов построения информационной системы значительно снижает эффективность ее функционирования. Эти данные подтверждают результаты исследования, проведенного в конце 1990-х годов в Германии и показавшего, что реализация задач в области управления информацией не всегда приводит к получению предприятием дополнительных конкурентных преимуществ и росту прибыли (3).

Учитывая значимость информационных технологий и их высокую стоимость, предприятие должно иметь план внедрения и использования таковых в своей деятельности – стратегию информатизации.

Рассмотрение процесса информационного развития со стратегических инновационных позиций позволяет раскрыть эффект от внедрения современных информационных технологий. Под инновационной стратегией информатизации следует понимать систему мероприятий, направленных на создание условий для перспективного развития предприятия за счет внедрения новых информационных технологий.

Электронное пространство расширяет возможности

В основе разработки инновационной стратегии информатизации находится оценка текущего состояния предприятия и исследование его экономических возможностей – будущих характеристик инновационного потенциала, устойчивости развития.

Выделим основные структурные различия в потенциалах традиционного предприятия и предприятия электронной коммерции: Основой развития традиционного предприятия является физический капитал, то есть основные средства и оборотные активы. У предприятий электронной коммерции на первый план выходят такие составляющие ведения бизнеса, как управление нематериальными активами, развитие технологий и кадрового потенциала (4). Подобная трансформация позволяет высвободить капитал, сконцентрированный в физических активах, и направить его на формирование бренда, накопление нематериальных активов, привлечение потребителя и другие процессы, обеспечивающие лидерство в отрасли. Стоит также отметить, что в определение «товар предприятия электронной коммерции» помимо материальных компонентов необходимо вкладывать такие составляющие, как уровень сервиса, скорость достав-

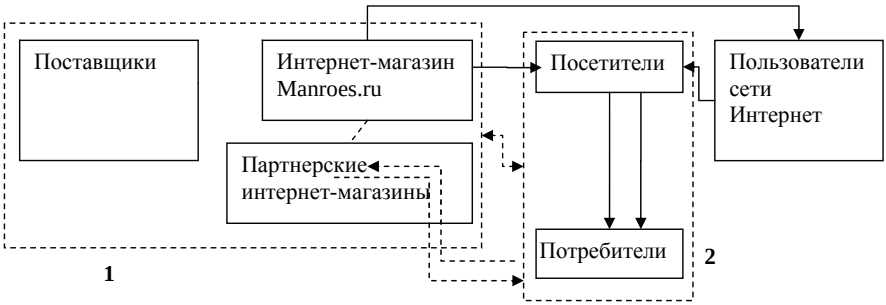

Рис. 1. Схема информатизации предприятия электронной коммерции

ки и методы удержания потребителя, то есть понятие товара электронной коммерции является более широким.

Значительные возможности по совершенствованию деятельности предприятия электронной коммерции имеются в области интеграции всех компонентов его предпринимательской деятельности в единое информационное электронное пространство – в результате информатизации возможности предприятия выйдут за границы его непосредственного присутствия – интеграция с поставщиками и партнерами фактически объединит партнеров по бизнесу в единый кластер. Усиление информационного взаимодействия между предприятиями положительно скажется на эффективности их бизнес-процессов и общей инновационной привлекательности, в частности появятся возможности для распространения технологий, информации, навыков, единой маркетинговой политики.

Взаимодействие между блоками как залог эффективности

На рисунке 1 представлена схема информатизации предприятия электронной коммерции. На схеме отмечены два ключевых направления реализуемой на предприятии стратегии информатизации. Заштрихованными линиями выделены новые связи между предприятием и его партнерами.

Единое информационное пространство строится на основе взаимодействия внутренней информационной сети предприятия (интранет), повышающей эффективность взаимодействия сотрудников, оптимизирующей процессы планирования и управления, и внешнего виртуального центра (экстранет), отвечающего за взаимодействие с партнерами, поставщиками и клиентами.

Первый блок представляет собой создание единого информационного пространства между предприятием и его контрагентами (поставщиками и партнерскими магазинами).

В результате создания единого информационного пространства пред-

при значимости информационных технологий и их высокой стоимости предприятие должно иметь план внедрения и использования таковых в своей деятельности

информационное взаимодействие между предприятиями положительно сказывается на эффективности их бизнес-процессов и общей инновационной привлекательности

приятие приобретает возможность пользоваться следующими преимуществами:

• сокращение времени принятия решений, и как следствие снижение размера транзакционных издержек;

• сокращение числа ошибочных решений;

• сокращение необходимого для функционирования предприятия персонала за счет автоматизации бизнес-процессов;

• возрастание скорости обнаружения ошибок в процессах предприятия и как следствие рост качества управления предприятием.

• рост эффективности бизнес-процессов, связанных с работой склада, в том числе: сокращение количества неликвидов, увеличение производительности работы склада, расширение ассортимента за счет широкой базы поставщиков, а также возможность более гибкой ценовой политики за счет их диверсификации.

применение информационных технологий присутствует практически во всех аспектах деятельности предприятия электронной коммерции

Следующий блок представляет собой усиленную информационными технологиями систему взаимоотношений с посетителями и потребителями.

При грамотной организации взаимоотношений с клиентами они становятся перманентным источником данных о рынке, тенденциях его развития, а также о потребностях, в удовлетворении которых существует необходимость. Потребители могут не только служить «системой раннего оповещения» о возникающих потребностях и технологических тенденциях, они способны также помочь в создании концепции новых товаров и процессов.

Вывод

Применение информационных технологий присутствует практически во всех аспектах деятельности предприятия электронной коммерции. А всесторонняя реализация возможностей электронной коммерции достижима при условии разработки инновационной стратегии развития, в основе которой будет находиться информатизация ключевых бизнес-процессов предприятия.

Литература

1. Антонец В.А. и др. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок (Текст). – М.: Дело, 2010.

2. Валдайцев С.В. и др. Малое инновационное предпринимательство (Текст). – М.: Проспект, 2011.
3. Ершов С.А. Трансформация подходов к исследованию инновационного потенциала предприятий в условиях развития информационных технологий (Текст) // Креативная экономика. 2012, № 4.
4. Минс Г., Шнайдер Д. Метакапитализм и революция в электронном бизнесе: какими будут компании и рынки в XXI веке (Текст). – М.: Альпина Паблишер, 2001.
5. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учебное пособие (Текст). – М.: Дело, 2006.

КЭ

Sergey A. Ershov
Ph.D. student of the academic department of economics of the enterprise and production management,
Saint Petersburg State University of Economics and Finance

Innovative development management of e-commerce enterprise on the basis of information system development

Abstract

In the framework of network economy the importance of innovative development, based on the implementation of information technology into the economic activities, increases. The author determines the strategic priorities of development of the e-commerce enterprise, including the creation of a common information space for enterprise-contractors in order to synchronize their business processes and maximize synergies.

Keywords: Internet, innovative capacity, information technology, e-commerce, intangible assets