

пользование ИТ-систем. В настоящее время большинство руководителей рассматривают ИТ-систему как необходимый элемент для осуществления эффективной работы своего бизнеса.

Информационные системы прошли этапы эволюции от помощи в элементарных вычислениях до высокоэффективной обработки данных. В настоящее время ИТ-средства стали своеобразным инструментом менеджмента, управления. Развитие информационных систем определяется степенью интеграции систем.

В основе информационных технологий лежит последовательное выполнение операций элементов системы с выходом операции, который можно использовать в работе следующего элемента системы.

Информационные системы способствуют автоматизации бизнес-процессов. Для достижения высокой прибыльности, следовательно, эффективности на максимальном уровне деятельности предприятия, необходимо рационально управлять всеми видами ресурсов, что становится возможным благодаря развивающимся ИТ-технологиям. Обширная информационная база содержит и предоставляет определённый набор данных, который необходим для принятия своевременного и правильного стратегического решения о распределении ресурсов.

ИТ-инфраструктура представляет собой обширную интегрированную систему, включающая в себя сервисы, сети, технические и прикладные программные средства, базы данных, которые обеспечивают деятельность целостную предприятия.

Эффективная ИТ-инфраструктура обладает рядом качеств.

Во-первых, возможность доступа из любой точки к необходимым ресурсам и возможность из использования.

Во-вторых, архитектура системы должна быть надёжной, работать в автономном режиме, без потери данных.

В-третьих, система должна быть безопасной и иметь возможность ограничения доступа к определённым видам информации.

В-четвертых, система должна быть приспособлена к каким-либо изменениям бизнеса, гибкой для изменения функциональности.

ИТ-инфраструктура также может быть дополнительной для решения конкретных задач бизнес-процессов.

Однако, несмотря на очевидные положительные стороны применения современных ИТ-систем в бизнесе, российские предприниматели относятся к ИТ-технологиям с определённой осторожностью и не спешат внедрять полные информационные системы, следовательно, спрос на ИТ-системы в России не растёт стремительно. Возможности информационных систем в управлении бизнес-процессами, качеством не становятся приоритетными с точки зрения большинства руководителей компаний.

Применение информационных технологий в качестве инструмента повышения эффективности следует использовать продуманно. Использование и развитие ИТ-ресурсов предполагает постоянное повышение квалификации персонала.

Интегрированная ИТ-система обширна и сложна, поэтому требует своей ИТ-стратегии. Для того, чтобы внедрить ту или иную информационную стратегию следует ясно и четко формулировать цели, которые лежат в основе деятельности и миссии предприятия, а также задачи и умение предвидеть будущее бизнеса на несколько шагов вперед. Руководитель должен понимать, для чего данная стратегия предполагает

использование, чтобы развивать использование ИТ-системы в правильном направлении для успешного воплощения бизнес-стратегии.

Руководители успешных компаний имеют четкое представление о своем бизнесе, поэтому использование ИТ-систем для них является не столько необходимостью, сколько инструментом-помощником для поддержания своей позиции на рынке. Информационные технологии способствуют повышению эффективности работы бизнес-единиц при условии успешной организации функциональности и управления этих бизнес-единиц.

Информационные средства стали необходимостью. Внедрение информационных технологий открывает широкие перспективы для эффективной работы всех сотрудников предприятия.

### ОЦЕНКА ПОЛОЖЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАДЕНИЯ КУРСА РУБЛЯ

Крылова А.Ф.

*Сибирский федеральный университет, институт  
управления бизнес-процессами и экономики,  
Красноярск, Россия, prolesca@mail.ru*

Начать свою работу хотелось бы со слов Билла Гейтса: «В будущем на рынке останется два вида компаний: те, кто в Интернете, и те, кто вышел из бизнеса.»

Электронная торговля – динамически развивающаяся отрасль во всем мире. Сами участники рынка электронной коммерции отмечают, что достигли высоких результатов и являются достаточно сильным конкурентами в отношении розничной торговли.

Выгода электронной коммерции очевидна. В среде интернет продавцам не нужно арендовать помещение для магазина, оплачивать труд персонала и проходить множество проверок и бумажной волокиты. Всё это дает возможность поддерживать низкие, в отношении конкурентов, розничные цены, не снижая при этом рентабельности. Стоит отметить удобство и выгоду со стороны покупателей. Электронные ресурсы доступны круглосуточно, клиенту не приходится долго стоять в очереди, плюс ко всему, в интернет-магазинах всегда представлен широкий ассортимент товаров и подробное описание со всеми техническими характеристиками. И, конечно, привлекательная цена и большой поток скидок.

На сегодняшний день Россия лидирует среди других стран по количеству интернет-пользователей, но это заслуга скорее количества населения, нежели проникновения электронных услуг на территорию страны. Если же мы будем анализировать количество клиентов электронных услуг только по территории Российской Федерации, то заметим, что данным видом услуг пользуется не больше половины населения, в то время как в Европе этот показатель доходит до отметки в 80%.

Почему же в России данный вид услуг до сих пор на довольно низком уровне? Люди, которые непосредственно занимаются электронной торговлей отмечают, что Россия довольно сложна для этого вида услуг. Во-первых, большие расстояния между населенными пунктами, что усложняет и увеличивает стоимость доставки товаров. Во-вторых, интернет ресурс не может полностью удовлетворить все органы чувств человека. Многие покупатели отказываются от услуг интернет-магазинов, потому что не могут увидеть товар вживую, «пощупать его». Хотя сегодня и реализуются такие способы как видео-обзоры, возможность примерить одежду до ее покупки. Плюс, стоит заме-

тять, что информационные технологии не стоят на месте и вполне возможно, что лет через пять ситуация в корне изменится.

В каждой отрасли есть свои лидеры. По результатам опроса «OnLife», который проводился в течении трех месяцев, топ 5 интернет-магазинов по покупкам стали: «AliExpress», «Ozon», «Ebay», «Avito» и «Эльдорадо» (в опросе приняли участие более 100 000 россиян в возрасте от 16 до 54 лет). Данный результат вполне ожидаем. Так как на сегодняшний день это одни из крупнейших площадок электронной коммерции. Рассмотрим, например, интернет-магазин товаров из Китая – «AliExpress». Продажи за единый день распродаж, организованный «Alibaba Group», составили \$9,32 млрд. Это в два раза больше чем было в прошлом году (\$5,43), да и просто рекордные результаты, которые обошли показатели прямых «конкурентов» — западных «Черной пятницы» и «Киберпонедельника». В «Дне шопинга» — 11 ноября, активными участниками стали и россияне: их смогли обогнать по количеству затраченных средств только гонконгцы и американцы.

Почему же «День шопинга» имел такой успех? Во-первых, глобальная пиар компания, ролики об этой распродаже крутили даже в московском метро. Во-вторых, цены товаров на Китайских сайтах заметно приятнее, например, стоимость женской блузы может начинаться от 250 руб., в то время как в магазинах вы не найдете дешевле 1000 руб. А в условиях экономической нестабильности люди все больше времени тратят на поиск выгодных торговых предложений. В этом рынок электронной торговли представляет практически неограниченные возможности. Здесь вам и отсутствие переплат, и ощутимые скидки.

Сегодня, стремительный рост валюты, преддверие кризиса и предновогодняя суэта сделали последние месяцы на рынке довольно интересными. Ситуация во многом напоминает кризис шестилетней давности, когда рубль так же, как и сейчас стремительно падал по отношению к доллару. Доходы по сравнению с ценником резко снизились, а желания и запросы остались, самым очевидным способом остаться в плюсе – икать товары по дешевле.

Однако есть существенное отличие от 2008 года, а именно в восприятии ситуации россиянами. Если раньше все просто боялись кризиса, то сегодня люди «научены горьким опытом», рубль срочно переводят в валюту и во всю закупаются товарами длительного пользования. Сейчас в магазинах продавцы только и успевают менять ценники и ставить пометки «продано». Машины в салонах почти кончились, а на те, что остались ценник поднялся на 30%. Магазин «М.Видео» прекратил размещение своих товаров «Яндекс.Маркет» по всем регионам, а также, другие платные маркетинговые мероприятия. Данную новость сообщил руководитель департамента интернет-маркетинга и электронной коммерции Роман Горшков в своем Facebook. Он объясняет все это тем, что количество заказов превышает возможности компании практически в три раза.

Таким образом, мы видим, что во время кризиса россияне стараются совершать покупки в условиях «здесь и сейчас», нежели на просторах интернета. И даже большие скидки не всегда могут переманить клиента. Плюс ко всему, учитывая стремительный сбыт товара, информация в интернет магазинах о наличии товаров не всегда подлинная.

6-7 ноября в Москве в Центре Международной Торговли в 10-й раз прошла крупнейшая в России конференция по многоканальным и интернет-продажам «Электронная торговля 2014». Порядка 100 спикеров

приняли в ней участие и представили самые успешные практики в электронной коммерции. Важной темой конференции стал надвигающийся кризис: изменения курса рубля и постепенный спад потребительской активности. А главными проблемами электронной коммерции, по мнению экспертов, станут: «дорогой» маркетинг, снижение процента покупателей. Все это оборачивается для интернет-магазинов, высокими издержками на обработку заказов. Ценник на обработку заказа в среднем превышает 300 руб.

Поэтому сегодня интернет-магазины стали более разборчивы в привлечении аудитории, а интернет-покупатели чаще обращаются в интернет магазины непосредственно за покупками, а не только за отзывами. За этот счет конверсия по крупным интернет-магазинам выросла в течении года в среднем на 11%. Отсюда появился рост числа заказов, но средний чек у большинства интернет-магазинов продолжает снижаться, частота покупок становится нерегулярной и идет к спаду. В таких условиях множество малых интернет-магазинов прекратят свое существование. Это случится, если у них будет не более 100 продаж в день. В то время как большие магазины будут только укреплять свои позиции и расширять ассортимент.

В целом предполагается замедление темпов роста электронной коммерции, но тем не менее, объем продаж материальных товаров будет продолжать свой рост.

#### О НОСИМЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ В ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

КукOLEVA В.Д.

*Сибирский федеральный университет, институт  
управления бизнес-процессами и экономики,  
Красноярск, Россия, vakos\_07@mail.ru*

Современная реальность такова, что в нашей жизни прочно обосновываются информационные технологии. А главным конкурентным преимуществом компании становится уже не качество производимой продукции, а качество обслуживания клиентов и организации процессов организации. Это заставляет многие компании в корне пересматривать свое отношение к ведению бизнеса. Становится очевидным, что для обеспечения оперативной реакции на нужды потребителей необходима системная оптимизация бизнес-процессов. Оптимизация даже одного процесса способна значительно повысить производительность системы, помочь избежать ненужных затрат и повысить прибыльность.

Развитие информационных технологий в России происходит в соответствии с мировыми тенденциями перевода активности в цифровой формат и увеличения мобильности предоставляемых услуг. Внимание людей все больше сосредотачивается на мобильных устройствах. Большинство из них отказываются от обычных телефонов и переходят на имеющие полноценный доступ в Интернет, смартфоны. Современный рынок не мог не заметить этой особенности. Некоторые крупные компании, например, такие как Samsung, Google, Qualcomm и Apple, сформировали новую нишу – носимых технологий. Носимые технологии представляют собой предметы одежды или аксессуары, которые одновременно являются и электронными устройствами. Они обретают всё большую популярность благодаря повышению их ценовой доступности и расширению выполняемых функций. Массовое распространение получают «умные» часы и браслеты, очки виртуальной и дополненной реальности. Такие устройства способны предоставлять владельцу информацию в реальном времени, использоваться для осуществления коммуникаций и хранения информации.