

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ - РЕАЛЬНОСТЬ

В последнее время современные технологии превратили Internet в развитую инфраструктуру, которая охватывает все основные информационные центры. Сегодня Internet может рассматриваться как огромный рынок, способный охватить практически все население Земли. Именно поэтому сегодня необходимо активно развивать различные виды и методы ведения коммерческой деятельности в Internet - электронной коммерции.

Результатом обучения по заочной дистанционной программе факультета бизнеса и менеджмента стал проект электронного магазина, с помощью которого предприятие, для которого магазин разрабатывался, смогло умело и вовремя направить свой бизнес в сторону электронной коммерции. В настоящее время для успешной работы любого предприятия или организации необходимо иметь способность быстро адаптировать свой бизнес к новым условиям рынка.

Несмотря на всю привлекательность электронной коммерции, ее не просто скорректировать, реализовать и эксплуатировать. Для достижения успеха необходима поддержка, как со стороны разработчиков передовых технологий, так и существующих стандартов. Кроме освоения новых технологий компании потребовалось проектировать бизнес-процессы для максимально эффективного использования преимуществ электронной коммерции. Главным достоинством электронного магазина нефтепродуктов станет то, что именно этот магазин положит начало развитию электронной коммерции в области торговли нефтепродуктами в Восточной Сибири. Сегодня существует огромная потребность в подобных интерактивных средствах распространения товара. Используя технологию электронной торговли, мы сможем взаимодействовать со своими партнерами и клиентами по схеме business-to-business. Так же планируется частично использовать и схему business-to-customer.

Экономические мотивы перехода к Internet бизнесу по модели business-to-business (B2B) очевидны. Норма прибыли компаний, работающих на рынке B2B, намного выше.

Инвесторы прекрасно осознают наличие спроса на ПО и услуги для рынка B2B. В первую очередь они интересуются компаниями, предоставляющими инфраструктурные решения для поддержки цепочек поставок и торговых узлов, использование которых поз-

воляет упростить взаимодействие между поставщиками и их клиентами.

С тех пор как компания ООО "X'oil" начала реализацию пилотного проекта электронного бизнеса, объем производимой работы значительно сократился, при этом возросла скорость и эффективность операций. Еще более важно то, что компании удалось существенно усовершенствовать собственную схему ведения бизнеса с потребителями и партнерами - а это ключевое конкурентное преимущество в электронном бизнесе.

Опыт многих компаний показывает, что чем шире использование Internet в цепочке создания стоимости корпорации, тем крупнее экономия. Издержки могут быть сокращены через автоматизацию или сокращение оборотного капитала.

Компания Ford сократила время, необходимое для разработки нового автомобиля, с 5 до 2 лет путём оптимизации потоков информации и внедрения глобальной системы управления проектом на основе Internet.

General Electric создала в 1997 году веб-сайт, выполняющий функцию центрации закупок этой корпорации. Это позволило не только автоматизировать процесс закупок, но и значительно расширить сеть поставщиков путём допуска к торгам как старых, так и новых поставщиков. General Electric планирует в среднем делать закупки на \$1,5 миллиарда в год через Internet. По данным самой компании, этот канал позволил сэкономить в 1998 году 10-15% на уровне себестоимости реализованной продукции и 30% на уровне затрат на закупки.

Телефонный оператор USWest экономит около \$30 миллионов в год благодаря инвестициям в размере не более \$2 миллионов, которые позволили сократить время генерации счёта по одной телефонной линии с 10 до 2 минут.

FedEx переместила многие свои услуги в Internet, в том числе слежение за путём следования посылки в реальное время и сервис "часто задаваемые вопросы". Согласно оценкам самой компании, существенное улучшение услуг привело к экономии примерно в \$100 миллионов.

Электронная коммерция принесет бизнесу и краткосрочную, и долгосрочную пользу. Она не только откроет новые рынки и поможет найти новых заказчиков, но также облегчит и ускорит ведение дел с постоянными покупателями.

Электронный бизнес - это перспективное направление для многих типов организации. В частности для бизнеса компании "X'oil" электронный бизнес становится неотъемлемой частью работы на рынке нефтепродуктов.

**Н.Г. Константинова,
инженер-программист
БИБММ.**

ВЫПУСКНИКИ САФа ПОЛЬЗУЮТСЯ ПОПУЛЯРНОСТЬЮ У "БиПи"

Нина Костюнина - выпускница САФа, год назад оставила перспективную работу в "Иркутскэнерго". По предложению своих бывших преподавателей она подала резюме в иркутское представительство компании "БиПи Амоко" и после трех собеседований была принята на должность финансового бухгалтера. Теперь ее заработная плата выше в несколько раз. В этом году она стажировалась в Лондоне и намерена расти профессионально дальше - в компании принято, чтобы как минимум раз в год каждый сотрудник проходил обучение.

"Сибирско-Американский факультет" дает такие специфические знания, которые в совокупности составляют очень хорошую базу, особенно для работы в иностранных компаниях. Ведь обучаясь у американских преподавателей, получаешь представление о том, как работает бизнес на Западе. Большое значение имеет свободное владение деловым английским языком. Наверное, это была основная причина, почему компания обратилась в БИБММ", - говорит Нина Костюнина.

Удачное кадровое приобретение в ее лице привело к тому, что и во время поиска второго сотрудника руководитель представительства "БиПи Амоко" г-н Слайдон опять прибег к помощи БИБММ. Сейчас в представительстве работает еще и Анна Овсянникова - коммерческим специалистом. Девушки считают: то, что в "БиПи Амоко" обе сотрудницы оказались выпускницами САФа - это закономерность.

В планах иностранной компании, ставящей своей целью участие в разработке Ковыктинского месторождения - расширять штат работников представительства, в том числе и за счет выпускников САФа. "БиПи Амоко" оплатило 5-летнее обучение студента Сибирско-американского факультета Павла Шевченко, который стал стипендиатом компании по итогам открытого конкурса.