

УДК 338.24:004

## **СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Н.И. Алексеенко, И.И. Алексеенко, Е.А. Алексева**

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

Высокие темпы развития информационных технологий, а также их широкое проникновение во все сферы жизни открывают новые возможности для достижения конкурентных преимуществ, однако их развитие резко повышает и требования к разработке стратегии, обеспечивающей предприятию устойчивые позиции на рынке и поддержание динамичного баланса с внешним окружением. Особенно сильно подвержены влиянию информационных технологий такие области бизнеса, как коммерческая деятельность, логистика, маркетинг.

Электронная коммерция, или е-бизнес, по мнению экспертов, будет формировать экономику нового тысячелетия. В основе электронной коммерции лежат экономическая стратегия, бизнес-модели, инфраструктура управления, финансов, информации, производство и доставка продукта потребителю. Е-бизнес активно эксплуатирует современные компьютерные и Интернет-технологии, требует новых подходов к управлению и оценке эффективности, создавая принципиально новую форму организации – е-организацию. Электронная торговля в настоящее время является наиболее динамично развивающейся областью е-бизнеса. Но основными бизнес-процессами виртуальных магазинов по-прежнему остаются прием и выполнение заказов покупателей, отвечающая их требованиям доставка товаров и услуг, т.е. логистика.

Новые принципы и условия Интернет-торговли повышают требования к логистике, а также качественно ее изменяют. Интернет становится для компаний еще и новым логистическим каналом. Интернет технологии позволяют предоставлять клиентам ряд дополнительных логистических услуг, повышающих конкурентоспособность компаний: отслеживание перевозок, справочные данные, сравнение альтернативных вариантов, индивидуализацию обслуживания. Все это способствует поддержанию длительных отношений между партнерами. Инвестиции в Интернет становятся инвестициями в поддержание этих отношений.

Все это требует серьезных инвестиций, а также профессиональных знаний и навыков. Изначально создаваемые как виртуальные, предприятия электронной торговли сталкиваются со сложными и неизвестными им проблемами реального распределения продукции. Предприятия, открывающие виртуальную торговлю параллельно со своей традиционной деятельностью, сталкиваются с несостыковкой вследствие различия бизнес-моделей, учета и управления реальной и виртуальной логистикой, которая может привести к ухудшению состояния дел в целом.

Естественным выходом является установление контрактных отношений со специализированными логистическими операторами-провайдерами. Для более плодотворных отношений, оптимизации логистической сферы деятельности виртуальных компаний возможно включение логистических фирм в состав альянсов.

С помощью электронного обмена данными возможна реализация как внутринациональных (оптовых и розничных), так и внешнеторговых сделок. Основу различий в проведении деловых операций на этих уровнях составляют не технологические элементы, а законодательные. На международном уровне реализация коммерческих операций через сеть Интернет существенно усложняется. Это объясняется использованием разных систем налогообложения, таможенных пошлин и

сборов, отсутствием унифицированного международного правового регулирования процессов электронной торговли.

Одним из инструментов электронной коммерции являются CALS-технологии. Термин CALS (Continuous Acquisition and Lifecycle Support -- непрерывная информационная поддержка поставок и жизненного цикла) означает совокупность принципов и технологий информационной поддержки жизненного цикла продукции на всех его стадиях. Целью внедрения CALS является минимизация затрат в ходе жизненного цикла изделия, повышение его качества и конкурентоспособности.

В настоящее время CALS-технологии образуют самостоятельное направление в области ИТ. За рубежом создана нормативно-правовая база этого направления, которую составляют серии международных стандартов ISO, государственные стандарты и нормативные документы военного министерства США, НАТО, Великобритании и ряда других стран. На их разработку правительства и ведущие корпорации Запада израсходовали суммы, превышающие 1 млрд. долл., и эта работа продолжается.

CALS-технологии постепенно начинают внедряться и на предприятиях РБ. Так, премия Министерства промышленности Республики Беларусь в области науки и техники за 2009 год в номинации «Информатика, вычислительная техника, телекоммуникации, АСУ, АСУТПП» была присуждена РУП «МТЗ» за внедрение информационных технологий поддержки жизненного цикла изделий (CALS-технологии).

Широкое проникновение информационных технологий позволяет открыть новые возможности, а своевременное их внедрение является необходимым для поддержания высокой конкурентоспособности отечественных предприятий на мировом рынке.

Список использованных источников

1. Логистика / под ред. А. В. Сергеева – М.: ЭКСМО, 2009.

УДК 338.24

## **УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКОЙ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»**

**А.С. Лавринова, Е.А. Алексеева**

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

Ассортиментная политика является одним из важнейших инструментов и составляющих маркетинга в борьбе промышленного предприятия с конкурентами. Оптимально подобранный продуктовый портфель организации влияет на сбытовую деятельность, позволяет управлять долей маржинального дохода и, следовательно, долей чистой прибыли в выручке предприятия. При несбалансированной структуре ассортимента происходит снижение уровня прибыли, потеря конкурентных позиций, наблюдается снижение экономической устойчивости предприятия.

Товарный ассортимент должен быть сбалансирован и включать продукты, находящиеся на разных стадиях жизненного цикла, что обеспечивает преемственность производственно-сбытовой деятельности организации, постоянное получение прибыли, снижает риск неполучения ожидаемой величины прибыли от реализации продукции.

Основная цель анализа продуктового портфеля – сбалансированное распределение финансовых ресурсов между различными сферами производственной дея-