

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА

Нестеренко А. С.

УО «Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины», г. Гомель, РБ

Научный руководитель: Корнеев О. Е.

В настоящее время создано огромное количество источников коммерческих данных: записи контакт-центров, внешние каналы, компьютерные данные, социальные сети и др. Эти связанные между собой потоки в современных организациях комбинируются в целях открытия новых источников уникальной коммерческой информации и прибыли. Объем и разнообразие данных, которые доступны для анализа, растут в геометрической прогрессии. Появляются более мощные технологии, управляющие коммерческой информацией в форме данных сложной структуры и позволяющие выполнять аналитику более высокого уровня.

Для использования результатов, которые дает работа с данными, организациям следует решить целый ряд задач, связанных с возникновением потребности в новых навыках, инструментах и ином образе мышления [1]. Большие данные становятся основным бизнес-активом. Для широкого использования возможностей больших данных специалистам следует тесно сотрудничать с тремя группами заинтересованных сторон: коллегами из сферы ИТ, специалистами в области обработки данных и бизнес-лидерами. Первые собирают большую часть данных, вторые способны оперировать передовыми методами анализа данных, а третьи успешно обеспечивают трансформацию новых идей в конкретные действия.

Небольшие предприятия имеют меньше ресурсов для реализации соответствующих проектов, но и зависимость от устаревших ИТ-методов у них ниже, чем у их более крупных конкурентов [2]. Также небольшим организациям легче двигаться вперед, так как они могут подключать простые в использовании приложения и услуги передачи данных, которые позволяют извлекать выгоду из данных при минимальных затратах и рисках.

Под влиянием информационных технологий правила бизнеса меняются. Бизнес получил возможность использовать новые данные, объемы которых и по сей день демонстрируют экспоненциальный прирост. Это и развитие социальных сетей, и распространение вездесущих мобильных устройств, облачных сервисов, а также применение огромного количества датчиков, которые привязывают физические объекты к Интернету [3].

Эти данные представляют собой смесь как структурированных, так и неструктурированных данных, которые состоят из голосовых записей, информации о ценах, изображений, сообщений в социальных сетях, сведений о географическом положении и многих других. В настоящее время шесть из десяти компаний используют в своих целях данные контакт-центров, в том числе записи разговоров, которыми обменивается персонал, данные третьих лиц, рыночную информацию и т. п. Чуть более половины таких компаний собирают также данные, которые генерируются компьютерными средствами.

Эти данные дополняют бухгалтерскую и коммерческую информацию, хранящуюся и обрабатываемую организацией. Когда начинается обсуждение последних тенденций в сфере больших данных, внимание в основном уделяют новым формам неструктурированных данных. При этом нужно понимать, что большинство современных организаций в первую очередь должны обратить серьезное внимание к своим внутренним структурированным данным, хранящимся в системах управления предприятиями.

Организации используют данные совершенно по-разному. Большинство применяют их для улучшения операционных показателей, другие превращают данные в элемент своей ключевой компетенции и создают на их основе совершенно новые продукты и услуги.

Для малых и средних предприятий большие данные и аналитика также предоставляют многочисленные возможности. Более мелкие компании, как правило, располагают ограниченными ресурсами и более скромным бюджетом. При этом они имеют и ряд преимуществ, например, как правило, более гибкая ИТ-инфраструктура и способность быстро приспособиться к новым методам работы.

Несмотря на склонность небольших компаний полагаться при принятии решений скорее на собственный опыт и интуицию, чем на данные, руководители все же понимают возможности и ценность обработки больших данных. В эру господства информации предприятия, игнорирующие ценность данных при принятии решений, рискуют проиграть тем, кто использует их для улучшения производственных показателей и извлекает из данных новые идеи.

Основными направлениями бизнеса, которые могли бы выиграть от более высокого качества коммерческих данных и более совершенной аналитики, являются следующие:

- выявление возможностей повышения эффективности и экономии;
- разработка и контроль ключевых показателей эффективности;
- прогнозирование на основе движущих факторов;
- мониторинг внешних рисков;
- повышение дохода (за счет более качественной сегментации клиентов и т. д.).

Взяв на вооружение знания, полученные в результате анализа коммерческих данных, организации могут улучшить основные процессы и скорректировать бизнес-модели. Выгода может заключаться еще и в повышении отдачи от принятия решений и стратегического планирования.

При этом, современные подходы предполагают существенное преобразование традиционных форм бизнеса и предпринимательства. Развивающиеся информационные и интернет-технологии формируют новую внутреннюю культуру бизнеса, способную к быстрой адаптации бизнес-модели и стратегии к меняющимся условиям предпринимательской деятельности и новым возможностям, которые предоставляет интернет-экономика.

Оценивая ситуацию в зарубежных странах, можно сделать вывод, что организации, у которых основу бизнес-процессов составляют информационные технологии, относятся к технологически и инновационно ориентированным. Такие предприятия характеризуются высокими показателями затрат на научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу, освоение новых технологических процессов, продвижение и сбыт производимой продукции.

Учитывая не только значимость информационных технологий, но и их высокую стоимость, любое предприятие должно иметь план внедрения и использования информационных технологий, так называемую стратегию информатизации. Очевидно, что стратегия информатизации тесно связана со стратегией инновационного развития предприятия. Рассмотрение процесса информационного развития с инновационных стратегических позиций позволяет в большей степени раскрыть эффект от внедрения современных информационных технологий.

Целью инновационной стратегии информатизации является создание и поддержка информационной системы управления бизнес-процессами предприятия электронной коммерции совместно с использованием информационных технологий в качестве средств ресурсного обеспечения. По степени интеграции бизнес-процессов классификация стратегий информатизации выглядит следующим образом:

– выборочная информатизация предполагает создание информационной системы предприятия на основе автономных бизнес-приложений. Данную стратегию целесообразно использовать на тех предприятиях, которые находятся в процессе своей реорганизации, когда сложно точно определить функциональные параметры информационной системы;

– глубокая интеграция предполагает создание единой информационной системы предприятия, состоящей из взаимосвязанных между собой бизнес-приложений, которые покрывают своим функционалом необходимые стороны деятельности предприятия. Такая стратегия наиболее полезна в условиях долгосрочной стабильности в развитии предприятия.;

– слабая интеграция, которая занимает промежуточное положение между выборочной и глубокой. В соответствии с данной стратегией формирование информационной среды предприятия предполагает индивидуальный подход ко всем отдельным функциональным элементам информационной системы. В то же время, независимые друг от друга компоненты информационной системы предприятия используют единые базы данных, что способствует более эффективному их взаимодействию. Стратегия слабой интеграции наиболее полезна в условиях нестабильности бизнес-процессов, когда для поддержания устойчивой работы предприятия требуется большое количество информационных ресурсов различного содержания.

Выбор предприятием инновационной стратегии информатизации определяют различные факторы, основные из которых – это конкурентная позиция самого предприятия и его технологические возможности.

Значительные возможности совершенствования деятельности предприятия электронной коммерции кроются в использовании его потенциала при создании единого информационного пространства. Единое информационное пространство строится на основе взаимодействия внутренней информационной сети предприятия, которая повышает эффективность взаимодействия сотрудников, оптимизирует процессы управления и внешнего виртуального центра, который отвечает за взаимодействие с партнерами, поставщиками и клиентами. Предполагается, что в результате выбранной оптимальной стратегии информатизации возможности предприятия выйдут за границы его непосредственного физического присутствия, виртуальная интеграция с поставщиками и дилерами фактически объединит партнеров по бизнесу в единое сообщество. Усиление информационного взаимодействия между предприятиями положительно скажется на эффективности их бизнес-процессов и общей инновационной привлекательности.

Список литературы:

1. Amato, Neil. Why more data does not guarantee better business decisions / Association of International Certified Professional Accountants. Technology and analytics, Future of finance. – CGMA Magazine. – Режим доступа: <https://www.fm-magazine.com/news/2013/apr/-20137758.html>. – Дата доступа: 18.10.2020.

2. Hernandez Sherwood, Christina. Small business takes on big data/ / Reuters. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/us-data-smallbusiness-idUSBRE9130OT20130204>. – Дата доступа: 04.10.2020.

3. Корнеенко, О. Е. To the question of the use of big data in the analytical system of an organization [Электронный ресурс] / О. Е. Корнеенко / К вопросу об использовании big data в аналитической системе организации // International Conference Bridge to science: research works (Международная научно-практическая конференция «Мост в науку: научные работы», Conference Proceedings, Science editor: R. Draut. B&M Publishing, San Francisco, California. 2017. 156 p. – Режим доступа: http://doi.org/10.15350/L_2/2. – P. 96–99.

УДК 330

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ С ТКО И ТБО

Велитченко М. Н.

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, РБ

Научный руководитель: Корсак Е. П., м.э.н.

В настоящий момент всё большую актуальность обретает проблема образования, утилизации и вторичного использования отходов. Ежегодно образующиеся внушительные объёмы мусора представляют опасность для окружающей среды, выводят из хозяйственного оборота территории (в Республике Беларусь под полигоны отведено 3,5 тыс. га) и пригодные для вторичного использования исчерпаемые ресурсы. Для повышения эффективности оборота отходов необходимо использование цифровых технологий. Цифровизация различных секторов национального хозяйства уже активно происходит. В данной работе будут более подробно рассмотрены используемые методы и возможности совершенствования применяемых цифровых технологий в сфере обращения с ТКО и ТБО.

Внедрение цифровых технологий происходит по нескольким возможным направлениям: производство «умных» систем для сбора отходов («умные мусорки»); оптимизация логистических процессов; производство и внедрение интеллектуальных систем переработки и утилизации ТКО и ТБО; разработка и применение сети интернет и пользовательских приложений [1].