

**Информационные технологии как фактор повышения
конкурентоспособности компании**

Information technologies as a factor of increasing the company's
competitiveness

В.А. Филимонов

V. A. Filimonov

Научный руководитель: О.В. Чернова – доцент кафедры менеджмента, кандидат экономических наук, доцент, Ковровская государственная технологическая академия имени В. А. Дегтярёва».

Scientific supervisor: O. V. Chernova-associate Professor of the Department of management, candidate of economic Sciences, associate Professor, Kovrov state technological Academy named after V. A. Degtyarev".

Аннотация: в статье анализируется влияние информационных технологий как одно из средств повышения конкурентоспособности. Также на основе анализа научных работ будет предложено новое определение конкурентоспособности в условиях современного устройства общества.

Ключевые слова: Интернет, электронная коммерция, информационные технологии, конкурентоспособность компании, трафик посещения сайта, информационная экономика, сетевая экономика.

Abstract: the article analyzes the influence of information technologies as one of the means of increasing competitiveness. Also, based on the analysis of scientific works, a new definition of competitiveness in the conditions of the modern structure of society will be proposed.

Keywords: Internet, e-Commerce, information technology, company competitiveness, website traffic, information economy, network economy.

Широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий во всех отраслях народного хозяйства изменило условия и правила взаимодействия производителя с потребителем, продавца с покупателем и всех остальных хозяйствующих субъектов. Цифровизация экономических

отношений привела к обезличенности взаимодействий и часть потребителей это устраивает, они выбирают конфиденциальность и возможность совершать покупки 24 часа в сутки не выходя из дома, другие же наоборот ни за что не променяют личное общение с персоналом магазина на обезличенный диалог в Сети или по телефону.

Аналитическое агентство We Are Social и крупнейшая SMM-платформа Hootsuite совместно подготовили пакет отчетов о глобальном цифровом рынке Global Digital 2018. [1] По представленным в отчетах данным, сегодня во всем мире интернетом пользуется более 4 миллиардов человек. Это означает что появляются все новые способы продвижения фирмы. К таким нововведениям можно отнести: таргетинг, электронная коммерция, SMM- маркетинг, CRM.

Интернет-ритейлинг имеет свои особенности. Он открывает новые возможности и для потребителей (покупателей), и для поставщиков, и для коммерческих организаций. На современном этапе развития такой сектор экономики, как Интернет-торговля, находится в фазе становления и набирает обороты. В статье Орехова С. А. выделяются такие факторы повышения конкурентоспособности: трафик посещения интернет-сайта компании и индекс цитируемости. По мнению автора: «Важной стратегической задачей является увеличение размера постоянной аудитории. Высокая посещаемость ресурса свидетельствует о высокой популярности сайта, благотворно влияет на улучшение общего имиджа компании. Кроме того, значительное число посетителей приходит через различные рейтинги сайтов, которые составляются именно по размеру трафика». [2]

В то же время в статье Александровой Е. Н. отмечается, что: «конкурентоспособность компании на рынке оказывают существенное влияние и внешние факторы. Особенно это проявляется если речь идет о глобальных игроках. Так, процессы глобализации, местного дифференцирования и международных инноваций становятся все более определяющими при разработке конкурентных преимуществ фирм.

Проблема разработки и реализации эффективной стратегии конкурентоспособности для глобальных компаний заключается в возможности согласовать стандартизацию и кастомизацию товаров, концентрируясь на схожих характеристиках рынков, которых, становиться все больше, при этом учитывая различия в культуре, ценностях и предпочтениях потребителей разных стран» [3].

Благодаря, интернету взаимодействие производитель-потребитель кардинально меняется, что отмечено в статье Полинко А. В.: «Заказчики услуг, исходя из своих предпочтений, имеют большие возможности в выборе форм контактов с сервисными организациями. Часть из них предпочитают личный контакт, другие — контакт по телефону с живым человеком, есть и такие, которые предпочитают большую анонимность, связанную с неперсональными контактами. При приобретении услуг некоторым клиентам нравится посещать сервисные фирмы и осуществлять контакты с обслуживающим персоналом. Другие наблюдают по ТВ информационные объявления и затем звонят по бесплатному номеру телефона, чтобы разместить заказ, если они увидели что-то, что им понравилось» [4].

Достоверность измеряемых результатов в условиях огромного массива данных как важный фактор определения конкурентоспособности отмечается в статье Пантелеевой А.А. Описывается методика сбора информации, которая по мнению автора должна обладать следующими свойствами:

- Эффективность. Способ сбора должен происходить по возможности с минимальными затратами ресурсов. Следует избегать ресурсоёмких способов.
- Актуальность. Информация должна быть достаточно свежей и отражать текущее состояние дел.
- Объективность. Следует выбрать способы сбора объективной и точно и правдивой информации. При необходимости имеет смысл рассмотреть привлечение внешних ресурсов.

- Достаточность и полнота. Информация должна быть в необходимом и достаточном для полноценного анализа объёма. Анализ состояния системы конкурентных преимуществ предприятий позволяет оценить имеющиеся резервы для повышения их конкурентоспособности [5].

ООО «Все Инструменты.ру» является одним из крупнейших интернет-магазинов Рунета по продаже электроинструмента, силового и производственного оборудования, климатической, садовой техники, товаров для ремонта и строительства. ООО «ВсеИструменты.ру» уже три года подряд входит в рейтинги Forbes: в 2013 году была одной из 30 крупнейших компаний Рунета, в 2014 году вошла в 20 крупнейших онлайн-магазинов России, в 2015 году оказалась в числе 20 самых дорогих компаний Рунета.

Компания «ВсеИнструменты.ру» является официальным дилером лидирующих торговых марок инструмента и оборудования. Среди зарубежных брендов это: Husqvarna, Makita, Bosch, Metabo, Hitachi и другие, среди отечественных: Зубр, Интерскол, Ресанта и т.д. [6]

Сектор B2C в России сталкивается с такими трудностями, как сложность в предоставлении возможности покупателям пробного пользования товаром. В следствие данного факта в качестве одного из показателей конкурентоспособности он-лайн магазина можно рассмотреть наличие на сайте магазина трёхмерного изображения, которое потребитель может виртуально поднимать, вращать и совершать с ним другие действия.

Сетевые технологии оказывают мощное влияние на конкурентное преимущество любого предприятия либо с точки зрения издержек, либо с точки зрения дифференциации. Но поистине впечатляющее влияние сетевые технологии оказали на стратегию дифференциации, поскольку с их внедрением стало возможно быстро и легко производить продукцию под заказ.

Таким образом, **конкурентоспособность компании** в условиях информационных технологий можно определить, **как способность компании**

быстро адаптироваться в условиях быстро меняющегося мира, причем на первое место ставиться клиентоориентированность и гибкость компании.

Список использованных источников

1. Рынок Интернет-торговли в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/Рынок%20Интернет-торговли%20в%20РФ%202016.pdf> (Дата обращения: 06.12.2020).

2. Орехов С. А., Бебрис А. О. Повышение конкурентоспособности в интернете как важнейший фактор повышения эффективности в бизнесе // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». - 2013. - №6. - С. 57.

3. Александрова Е. Н., Каушанская В. В. Стратегия конкурентоспособности компании в условиях глобализации // European journal of economics and management sciences. - 2015. - №4. - С. 20.

4. Полинко А. В. Информационная сервисизация в системе обеспечения конкурентоспособности компаний сферы услуг // Terra Economicus. - 2012. - №1. - С. 90.

5. Пантелеева А. А Роль CRM-системы в конкурентоспособности компаний // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. - 2016. - №2. - С. 1003.

6. Официальный сайт интернет-магазина компании ООО «ВсеИнструменты.ру» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vseinstrumenti.ru/> (Дата обращения: 06.12.2020).