DOI: 10.17117/na.2016.05.01.125

<http://ucom.ru/doc/na.2016.05.01.125.pdf>

Поступила (Received): 21.05.2016

Колышкин А.В.
IT-технологии как способ повышения
конкурентоспособности бизнеса

Kiolyshkin A.V.
IT-technologies as a way to improve business competitiveness

В статье рассматриваются современные тенденции бизнеса в сфере торговли и сбыта продукции с применением IT технологий, как приоритетного направления повышения конкурентоспособности

Ключевые слова: конкурентоспособность, интернет торговля, торговля, IT технологии в бизнесе, каналы сбыта

The article considers current business trends in trade and trade channels with the use of IT technologies as a priority of enhancing competitiveness

Key words: competitiveness, online trade, commerce, IT technologies in business, trade channels

Колышкин Аркадий Владимирович

Магистрант

Пермский государственный национальный
исследовательский университет
г. Пермь, ул. Букирева, 15

Kiolyshkin Arkadiy Vladimirovich

Master

Perm state national research university
Perm, Bukireva st., 15

Конкурентоспособность зависит от многих факторов, в первую очередь это совокупность положительных отличий организации от других, работающих в данном сегменте рынка. Для того чтоб оставаться конкурентоспособность необходимо учитывать тенденции развития технологий. Технологии сегодня развиваются в геометрической прогрессии, и набирает все большую значимость что в жизни потребителей. В наши дни с развитием информационных технологий, уходят в прошлое долгое гуляние по магазинам, в поиске необходимых товаров и услуг. Необходимость в сфере торговли покупке или аренде больших площадей, помещений постепенно уходит в прошлое. Спрос на недвижимость стремительно падает.

Рассматривая темпы морового товарооборота, в период с 2010 года по 2013 год наблюдалось замедление темпов роста, но если рассматривать объёмы продаж через интернет магазины, с 2012 и по сегодняшний день наблюдается неуклонная положительная динамика темпов роста (Рисунок 1) [1]. Данная ситуация демонстрирует вытеснение классических форм торговли интернет торговлей.

Рис. 1. Динамика темпов роста интернет магазинов

Часто правило у малого бизнеса есть продукция или товары реализация, которые имеет меньшие издержки, нежели у крупных компаний, следствием этого является конкурентная цена или условия приобретения. Отсутствие больших расходов на поддержание имиджа и льготы от государства дают возможность делать выгодные предложения большому кругу потребителей.

Открывая доступ к своей продукции или товарам через интернет, средствами интернет магазина, круг потенциальных клиентов расширяется далеко за пределы населённого пункта или региона страны в котором производится сбыт через торговые площади.

Рис. 2. Прогноз роста интернет магазинов на ближайшие два года (в млрд. рублей)

В России число желающих приобретать в интернет магазине товары растёт с каждым днём (Рисунок 2) [1]. По разным оценкам прогноз роста интернет торговли в России будет составлять ежегодно в интервале от 20 до 35 процентов. Объем средств в обороте интернет торговли ожидается 1 трлн. Рублей в 2016 году.

Столь стремительный рост в интернет торговле связан с такими факторами как с развитием

- мобильных технологий. Увеличение покрытия сети формата 4G;
- рост пользователей интернета в России. Число пользователей превысило 73 миллиона человек, из них около 50-55 процентов охотно совершают покупки в интернет магазинах [2];

По результатам статистики поисковой системы Яндекс число людей совершающих покупки через смартфоны и планшеты приближается к 50% [3], Google с 21 апреля 2015 года сайты не имеющих мобильные версии, понижает в индексе поисковой системы [4] [5]. Доступность данной формы торговли растёт все быстрее как и объем продаж.

Большинство групп товара подходят для сбыта через интернет тогою, в крайнем случае, такая деталь как сайт визитка все равно будет необходим в будущем. Охват аудитории не ограничивается количеством проходимости людей по улице или торговому центру, охват возможен по территории всей страны и всего мира. Те кто сегодня занимают свои ниши в интернете будут иметь хорошие преимущество перед теми кто это сделает завтра.

В Европе и Америке получило широкое распространение модель торговли «Click and collect». Click and collect – это форма торговли при которой клиент делает заказ через интернет и приезжает в специальный пункт выдачи товара на автомобиле, такие пункты называют «Drive-in». Уже наблюдая в данной модели требуется пункт выдачи и место хранения товара. Как правило, в большинстве случаев, при торговле через подобные выдачи пункт значительно сокращаются издержки на содержание персонала и недвижимость. Данная форма торговли имеет ряд преимуществ не только для бизнеса, но и для потребителей:

- Информация представлена публично в интернете, что помогает сэкономить время на поиски не обходимого товара;
- Более выгодные предложения. Рассматривая ценообразование, в цену включают ряд издержек, в нашем случае при их сокращении, открываются возможности предложить клиенту цену ниже чем у большинства торговых сетей располагающих целой группой торговых площадей и магазинов;
- Возможность зарезервировать товар. Клиенту предоставляется срок в течении которого товар будет зарезервирован на него;
- Предоставление удобных вариантов получения товара. В торговле через интернет часто предлагается целый список вариантов доставки или вариантов выдачи.

Перечень данных преимуществ делает интернет магазины гораздо привлекательней классических конкурентами торговых сетей, по многим пунктам. Оплата хостинга для сайта, в большинстве случаев гораздо дешевле обходиться

аренды торговой площади, для обслуживания так же требуется меньшей рабочей силы, чем физической точки сбыта. А условиях падения спроса на коммерческую недвижимость интернет магазин является альтернативой снижающем затраты которые повышают конкурентоспособность ростом прибылям и расширением графического охвата.

В ближайшие десять лет до половины мирового оборота торговли будет осуществляться через интернет. В России данная тенденция идёт с запозданием по сравнению с Европой и Америкой, пока конкуренция слаба и в сфере электронной торговли, но с каждым годом становится все жёстче. Электронная коммерция имея ряд преимуществ над торговлей по средствам торговых площадей, имеет массу положительных факторов, как для бизнеса, так и для потребителей. Использование такого канала сбыта как интернет значительно повышает показатели конкурентно способности бизнеса.

Список используемых источников:

1. Сайт агентства eMarketer's emarketer.com

URL: <http://www.emarketer.com/Article/US-Programmatic-Ad-Spend-Tops-10-Billion-This-Year-Double-by-2016/1011312>

2. Сайт портала выбора технологий и поставщиков tadviser.ru

URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статьи:Интернет-торговля_\(рынок_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статьи:Интернет-торговля_(рынок_России))

3. Сайт компании Яндекс. URL: https://yandex.ru/company/researches/2015/ya_internet_regions_2015

4. Сайт информационного портала vc.ru URL: <https://vc.ru/n/google-mobile-friendly-on>

5. Официальный сайт АО «ДП Бизнес Пресс».

URL: http://www.dp.ru/a/2015/04/06/Adaptivnij_sajt_ili_mobil/

© 2016, Колышкин А.В.

IT-технологии как способ повышения
конкурентоспособности бизнеса

© 2016, Kiolyshkin A.V.

IT-technologies as a way to improve business
competitiveness