Ревякин А.М.

Средства обеспечения конкурентных преимуществ информационного бизнеса

Материал посвящен основным слагаемым, овладение которыми обеспечивает конкурентные преимущества бизнесменам, занимающимся предоставлением информационных услуг потребителям, безопасной информационной инфраструктуре электронного бизнеса, благоприятной среде его функционирования и доступа к информационным ресурсам бизнес-партнеров. Уточнены правила, определяющие технологию взаимодействия участников сделок, основные угрозы для успешной деятельности производителей информационных товаров и услуг, предложены пути их преодоления.

Традиционно считалось, что достижение определенного уровня внутренней эффективности обеспечивало успешность любого бизнеса и позволяло лидировать в конкурентной борьбе. В настоящее время ситуация существенно меняется. Современные методы и технологии, определяющие внутреннюю эффективность предприятий, хорошо изучены, широко внедрены и успешно используются. Поэтому для обеспечения конкурентных преимуществ необходимо пересмотреть сами подходы к ведению бизнеса. В чем же может состоять преимущество одного из двух одинаково эффективных предприятий, действующих в некотором секторе рынка? Безусловно, в завоевании максимально возможной аудитории клиентов производимых товаров и услуг.

Одним из условий обеспечения конкурентных преимуществ является создание безопасной информационной инфраструктуры электронного бизнеса, чему способствует отсутствие физического контакта многих участников экономической деятельности. При определенных условиях весь процесс предоставления услуги и организация платежа может быть осуществлен вообще без непосредственного контакта продавца и покупателя при безопасной и надежно функционирующей информационной инфраструктуре для электронного бизнеса.

Последний характеризуется высокой динамикой изменения среды, в которой осуществляется экономическая деятельность, поэтому обеспечение безопасности электронного бизнеса — это непрерывный процесс, требующий управления и скоординированных действий всех его участников по управлению его безопасностью на различных функциональных уровнях: экономическом, юридическом, организационном и технологическом.

На отдельных этапах прохождения бизнес-процесса даже один и тот же пользователь выступает в разных ролях, которые предусматривают использование разных схем обеспечения безопасности. Например, на этапе получения информации о потребительских свойствах товара вводить какие-то ограничения по доступу к информации экономически неоправданно. В то же время при последующем безличном оформлении сделки технология обмена информацией может быть достаточно сложной и содержать несколько этапов, предназначен-

ных для повышения степени взаимного доверия участников.

Сближение поставщиков и потребителей товаров и услуг — краеугольный камень электронного бизнеса — основа и в модели экономической деятельности, ориентированной на бизнес-партнера. Управление размером добавленной стоимости концентрируется на увеличении числа участников ее формирования с целью обеспечения экспоненциального роста размера бизнеса. Наиболее перспективной средой для круглосуточного, бесперебойного доступа к информационным ресурсам бизнес-партнера, связанным с технологиями совместного формирования цепочек добавленной стоимости, является Интернет.

Правила, определяющие технологию взаимодействия участников массовых сделок на небольшие суммы и сделок на значительные суммы, очевидно, могут быть различны. Но чрезмерное усложнение внешних проявлений этих правил может уменьшить контингент потенциальных пользователей и даже ликвидировать конкурентные преимущества. А это приведет к экономическим потерям (упущенной выгоде).

Среди основных угроз, представляющих опасность для успешной деятельности производителей информационных товаров и услуг, можно назвать:

- подделку товаров, в том числе использование чужой торговой марки;
- незаконную модификацию продукции;
- бесконтрольное распространение продукции;
- бесплатное пользование услугами связи.
- К угрозам интересам потребителей следует отнести также:
- распространение некачественных товаров;
- предоставление некачественных телекоммуникационных услуг;
- использование злоумышленником оплаченных потребителем товаров и услуг.

Для создания конкурентных информационных продуктов производитель должен, прежде всего, быть уверен в качестве используемого инструментария, т. е. тех программных и аппаратных средствах, на базе которых создается продукция. Это в равной степени относится и к выпуску медиа-продукции, и к созданию информационных систем, и к оказанию информационных и телекоммуникационных услуг. Поэтому необходимым условием для развития информационных ресурсов является наличие современных технологий создания, обработки, хранения и обмена информацией.

Производителям информационных товаров и услуг необходимо иметь возможности для выполнения следующих функций:

- подтверждения авторства продукта;
- контроля за распространением продуктов и использованием телекоммуникационных услуг;
- подтверждения подлинности продукции, выпускаемой на рынок в электронном виде.

Невозможность реализации производителем указанных функций, как правило, приводит к финансовым потерям. Это могут быть прямые потери, на-

пример, вследствие появления на рынке незаконных копий электронных изданий или программного обеспечения. Другой вариант — нанесение ущерба имиджу фирмы, связанное с появлением под маркой фирмы низкосортных подделок.

Конкурентные преимущества могут быть потеряны, если производитель информационных услуг допустил:

- утечку конфиденциальной информации коммерческой, финансовой, научно-технической деятельности предприятия;
- несанкционированный доступ к системам управления предприятием и технологическими процессами;
- подделку различного рода документов;
- мошенничество при проведении торговых и финансовых операций.

Важным условием обеспечения конкурентоспособности информационного бизнеса является обогащение выделения и фильтрации сведений. Анализ справочника баз данных показывает, что информационного сырья на рынке достаточно и может быть даже слишком много. Это сырье широко доступно, но часто не находит потребителя, который готов платить не тем, кто предлагает за информационный вал, а тем, кто знает как и может наилучшим образом использовать информационное сырье для того, чтобы дать потребителю возможность получить максимум пользы.

Конкурентные преимущества электронного бизнеса создает кроме того децентрализация подготовки и распределения информационных ресурсов. Компьютерная технология уже созрела для этого, как и спрос на точную информацию, экономящую время пользователя.

Потребителями большинства видов информационных услуг могут быть как непосредственные потребители - создатели информации, так и специализированные информационные органы, для которых эти услуги выступают предметом труда и полуфабрикатом при подготовке собственных информационных услуг. И, чем больше развиты производительные силы, тем выше уровень информатизации экономики и тем больше объем национального рынка ИПУ. По мере развития производительных сил усложняется также и структура этого рынка. В него втягиваются такие условия как: уровень и динамика цен на производственные ресурсы, налоговая информация и процентные ставки за кредиты и др.

К усложнению рынка ведет конкуренция на всех уровнях между производителями друг с другом, между производителями и потребителями и другими субъектами, трансакционность.

На экономические отношения субъектов информационной деятельности последняя оказывает большое воздействие, т. к. трансакционные издержки, то есть затраты на охрану прав собственности, на поиск информации, на сертификацию товаров, на рекламу, на ведение переговоров и заключение договоров быстро увеличиваются, в том числе за счет расходов на выплату штрафов, неустоек в случае нарушения договорных обязательств. В современных условиях общая величина трансакционных издержек у многих фирм весьма значительна и составляет до 30-40 % суммарных издержек. Неуклонно возрастает величина

трансакционных издержек и у организаций информационной сферы.

Накладываясь на себестоимость информационных услуг, они снижают их конкурентные преимущества в части стоимости, сохранить которые без хорошо налаженного контроля и регулирования динамики этих затрат невозможно.

Литература:

Одинцов, А.А. Экономическая и информационная безопасность: Справочник. - М.: Экзамен, 2005. -575с.

Триливен, Ф. Открой свой электронный бизнес. –М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. - 640с.

Грабауров, В.А. Электронный бизнес: Учебное пособие. –Минск: БГЭУ, 2007. - 212с.