

ИШКАНАЛАРДА ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУУНУН АРТЫКЧЫЛЫКТАРЫ

Ногоева Г.Д., Мусуралиева Д.Э.

Кыргызский национальный университет, Бишкек, Кыргызстан

Аннотация: В статье рассмотрены особенности использования интернет-технологий в предприятиях.

Ключевые слова: инфраструктура, интернет технология, бизнес компания.

THE ARTICLE DISCUSSES THE FEATURES OF USING INTERNET-TECHNOLOGIES IN ENTERPRISES

Nogoeva G.D., Musuralieva D.E.

Kyrgyz national University, Bishkek, Kyrgyzstan, eakr.info@gmail.com

Annotation: The article discusses the features of using Internet technologies in enterprises.

Key words: infrastructure, Internet technology, business company.

Заманбап ишканалар үчүн маалыматты интеграциялоонун артыкчылыктарын пайдалануу, ошондой эле маалымат уюмдун бир бөлүгүнөн дагы бирине жана уюмдан анын кардарларына, товар жөнөтүүчүлөргө, бизнес боюнча өнөктөштөргө атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жана эффективдүүлүктүн керектүү деңгээлин кармап туруу максатында тоскоолдуксуз өтүп турган ИТ инфраструктурасын түзүү зарыл. Мындай интеграцияны ишке ашыруу үчүн зарыл болгон каражаттар заманбап Интернет-технологияларды камсыз кылат. Интернет электрондук бизнесте пайдалануу үчүн көбүрөөк жарамдуу болуп эсептелинет, анткени компаниянын башка компаниялар жана жактар менен байланыш процессин өтө төмөн чыгымда жеңилдетет. Алардын карамагына универсалдуу жана колдонууда жөнөкөй болгон технологиялар менен стандарттардын жыйындысы берилет, аларды орнотулган компьютердик система же технологиялык платформага карабастан уюмдардын кайсынысы болсо да пайдаланса болот.

Интернет технологиялар электрондук бизнес жүргүзүү үчүн жаңы инфраструктураны камсыз кылат:

- Компаниянын бир бөлүгүнөн экинчисине маалыматтын тоскоолдуксуз агымын операциялык чыгымдардын радикалдуу төмөндөөсүндө уюштуруу;
- Интернеттин байланыш каражаттары көптөгөн сандагы кызматкерлер менен байланышты камсыз кылат, мисалы, долбоорлордогу маселелерди аткарууну башкаруу жана дүйнө жүзүнүн ар кайсы бөлүгүндө иштеген командалардын ишин координациялоо үчүн;
- Интернет стандарттар салыштырууга мүмкүн болбогон системаларды байланыштыруу үчүн колдонулат, мис., заказдарды жайгаштыруу системасы менен материалдардын жүрүшүн, алардын ортосунда мурун маалымат алмашуу мүмкүн эмес эле;
- компаниянын жөнөтүүчүлөр жана бизнес боюнча өнөктөштөрү менен ишин коор-

динациялоого кеткен чыгымдарга окшогон башка агенттик чыгымдардын төмөндөшү, тактап айтканда соода өнөктөштөр ортомчуларды жана эффективдүүсүз көп деңгээлдүү процедураларды колдонуудан качып, бир бири менен түздөн түз байланыша алат;

- web-сайттар кардарларга суткасына 24 саат боюнча ачык, андыктан сатып алуучулар, сатуучулар жана товардын баалары тууралуу маалыматты дароо алууга болот;

- программа, музыка жана видео түрүндөгү маалыматтык продуктыларды Интернет аркылуу таратса болот;

- башка товарлар менен тейлөө кызматтарды сунуштоочулар Интернеттин мүмкүнчүлүктөрүн, баа саясатын ассортимент, жөнөтүү мөөнөтүн камтып, өз продукциясы тууралуу маалыматты таркатуу максатында пайдаланса болот;

- Интернет колдо бар бөлүштүрүү каналдарын алмаштырып же толуктап, кардарларды тартуу жана тейлөө үчүн жаңы точкаларды түзөт.

Интернет тин жардамы менен ар түрдүү компаниялардын бизнес жүргүзүү ыкмалары өзгөрдү:

- Интернет өндүрүштүн, маалыматты жөнөтүү жана сактоонун наркын төмөндөтүүгө таасир этип, аларды керектөөчүлөрдүн кеңири катмарына

- жеткиликтүү кылды;

- Миллиондогон Интернетти пайдалануучулар маалыматтын ири массивдери менен түздөн түз, заматта жана дээрлик акысыз алмаша алат;

- Сатып алуучуларга мурда арзан болбогон салыштырма шопинг Интернеттин пайда болушу менен өзгөрдү, сатып алуучулар товарлар жана тейлөө кызматтары тууралуу маалыматты салыштырмалуу дүкөндөргө кирүү жолу менен тикеден тике ала алат;

- Сатып алуучулар компаниянын web-сайтынын жардамы менен өз алдынча товар жөнүндө билип, аны тике жөнөтүүчүлөрдөн, чекене сооданын ортомчулук тейлөө кызматына кайрылбастан, сатып алса болот;

Бизнес-модель түшүнүгү ишкананын товарды же тейлөө кызматтарын жеткирүү ыкмаларын туюндуруп, ошону менен бирге кирешени жаратуунун методикасын чагылдырат.

Продукт жөнүндө маалыматты алмашуунун кээ бир салттуу каналдары өз маанилүүлүгүн жоготту же экономикалык эмес болуп калды.

Интернет т компанияларга өндүрүүнүн жаңы методикаларын иштеп чыгууну жана колдогу продуктыларга кошумча баалуулукту жаратуу жолу менен же жаңы продуктыларды өндүрүү, тейлөө кызматтары үчүн негиз иштеп чыгып киреше алууну жеңилдетет.

Төмөндө жазылган кээ бир көбүрөөк маанилүү бизнес-моделдер тигил же бул даражада кошумча баалуулукту алууга көмөктөшөт.

Бул бизнес-моделдер сатып алуучуларга жаңы продукту сунуштайт, салттуу продуктылар же тейлөө кызматтары менен бирдикте кошумча маалымат же тейлөө кызматын баа боюнча салттуу мамилеге караганда бир кыйла төмөнүрөөк баада сунуштайт.

Интернетте ишканалар менен уюмдардын тармактык ишмердүүлүгүндө колдонуучу бизнес-моделдердин негизги категориялары 1-таблицада келтирилди.

Таблица 1

Интернетте ишмердүүлүктү уюштуруунун негизги категориялары

Категориялар	Колдонуу жагы
1. Web-сайт	Үй баракчасы, маалыматтык-имидждик, жарнамалык, корпоративдик же корпоративдер аралык сайт, промо-сайт, соода сайты ж.б. катары болушу мүмкүн.
2. Электрондук витрина	Тармак аркылуу жеке товарды же тейлөө кызматын сатуу. Электрондук эмес товарларды жана тейлөө кызматтарын сатууда жеткирүүнүн кадимки каналдары пайдаланылат. Өндүрүүчүлөр жана диллерлер тарабынан колдонулат.
3. Электрондук каталог	Ошол эле – товардын бир кыйла көлөмүндө ар түрдүү өндүрүүчүлөрдөн
4. Рынок концентратору	Көптөгөн жөнөтүүчүлөрдөн алган продуктылар жана тейлөө кызматтары жөнүндө маалыматты бир жерде концентрациялайт (топтойт). Сатып алуучулар издеп салыштырып, ошондой эле бүтүм жасай алышат.
5. Синдикатор	Ичинде болгондорду же көптөгөн булактардан тиркемелерди топтоону, ошону менен бирге аларды үчүнчү Веб-сайттарга жайылтуу жана сатуу үчүн комплекттөөнү ишке ашыруучу бизнес
6. Портал	Адистештирилген мазмунду жана ар түрдүү кызматтарды, иштин өнүккөн жана эффективдүү итерфейсин сунуштайт
7. Маалыматтык брокер	Продуктылар, товардын бар болушун жана баасы тууралуу маалыматты сунуштайт (окуяларга көз жүгүртүү, рыноктун абалы, аналитикалык көз жүгүртүү). Алардын кээ бирлери соода бүтүмдөрүн жасайт, бирок негизги максат – товарлар жөнүндө максималдуу толук маалымат
8. Операциялык брокер	Сатуучулар менен сатып алуучулардын ортосунда ортомчу, алардын максаты – Интернет аркылуу бир ишканадан заказ алып, анын аткарылышын башка ишканада жайгаштыруу. Сатып алуучулар коюмдар(ставка) жана шарттар менен таанышса, кээ бирде аларды тандап алса болот, бирок негизги бизнес-ишмердүүлүк болуп операцияны жүргүзүү эсептелинет
9. Электрондук аукцион	Интернет-технологияларды пайдалануу менен классикалык аукциондун аналогу. Продуктылардын электрондук клирингин дайыма өзгөрүп туруучу баалар тууралуу маалыматты сунуштайт, кээ бир учурларда сатып алуучулардын аракеттерине жооп кайтарат.
10. Кайтарылма аукцион	Сатып алуучулар көп сандаган сатуучуларга сатып алуучулар үчүн пайдалуу баадагы товарларга же тейлөө кызматына заявка берет
11. Агрегатор	Электрондук соода аянтчасы. Топтор боюнча ориентирленген сатып алуучуларды каталогдордун көп санынан жабдууну рационалдаштырат. Издөө процессин колдойт жана сатуучулар менен жеткирүү келишимин түзүүгө, макулдашууларды түзүүгө мүмкүндүк берет жана сатып алуучуларды жеткирүүнүн абалы тууралуу маалымат менен камсыз кылат. Товарды көп санда сатып алууну каалаган адамдарды жана алар эмнеге байланыштуу дүң арзандатууга кызыгуулары менен топторго бириктирет
12. Интерактивдүү биржа	Көптөгөн сатып алуучулар товарларды жана тейлөө кызматтарын көптөгөн жөнөтүүчүлөрдөн сатып алууларынын чегиндеги сатып алуу-сатуу системасы
13. Сандык продукту жеткирүү	Программалык камсыздоону, мультимедиялык жана башка копия-тердик продуктыларды Интернет аркылуу сатуу жана жеткирүү.
14. Контента жөнөтүүчүлөр	Контент сунуштап, өзүнүн маалыматтык толтурулуусунун эсеби менен киреше түзөт. Кардарлар маалымат алуу мүмкүндүгү үчүн, ошондой эле өз жарнамасын сайтка жайгаштыруу укугу үчүн же сайттын базасына белгиленген маалыматтарды кошуу үчүн акы төлөшү мүмкүн.
15. Электрондук дүкөн	Салттуу дүкөндүн аналогу, ал жерде фирмалар өз товарларын көрсөтөт жана сатат. Эреже болгондой, электрондук төлөм системасына ээ.

Продолжение Таблицы 1	
16. Бизнесин интеграциясы	Тараптык уюмдардын жана жеке же е-коммерциянын тараптып системасынын интеграциясы
17. Консалтинг	Пайдалануучулардын маалыматтык, аналитикалык жана консалтингдик керектөөлөрүн канааттандыруу
18. Виртуалдуу коомдоштук	Биргелешкен ишмердүүлүктүн процессинде түзүлгөн коомдоштук. Тармактык маалымат мейкиндигин пайдалануучулардын ортосундагы байланыштар жана мамилелердин салыштырмалуу туруктуу системасы
19. Тармактык тейлөө кызматын жөнөтүүчү	Тармак аркылуу аппараттык жана программалык камсыздоонун пайдалануучулары үчүн тейлөө кызматтарын жана колдоону сунуштайт (берет)
20. Үчүнчү фирмалардын электрондук рыногу	Е-коммерциянын(электрондук дүкөндөрдүн, төлөм системалардын, товарды жеткирүү ж.б.) технологиялык сервисин жөнөтүүнү, виртуалдуу соода аянттарын коштоону жана хостинг жүргүзөт.

Интернеттин жардамы менен өндүрүштүн кээ бир тармактарындагы аралык звенолорду четтетүү процесси тездетилди, ошондой эле экономиканын башка секторлорунда аралык этаптардын жаңы типтерин жаратуу мүмкүнчүлүгү пайда болуп жатат. Өндүрүштүн кээ бир тармактарында товарлардын склады бар дистрибьюторлор же кыймылсыз мүлк менен жүргүзгөн операциялар боюнча агенттер сыяктуу ортомчулар Интернет пайдалануучуларга продукт жана анын баасы жөнүндө маалыматты издөөдө, товарлар жана тейлөө кызматтары жөнүндө маалыматтын интерактивдүү булактарын жайгаштырууда эффективдүү жардам сунуштоого адистештирилген жаңы аралык агенттерге (маалымат-агенттер) алмаштырылса болот. Звенелорду кыскартуу сатып алуучу үчүн товардын жыйынтык баасын төмөндөтөт. Ошентип, электрондук рынок шартында сатып алуучу менен сатуучу бир бири менен тикеден-тике контактыда болуп туруу мүмкүнчүлүгүн алышат, ошондуктан ортомчу фирмалардын бар болушу жана алардын ролу тууралуу суроо туулат. Бирок, электрондук рыноктун кеңейүү жана татаалдашуу чеги боюнча квалификациялуу маалыматтык ортомчулук тейлөө кызматтарына муктаждык азайбайт да, а төмөндөгү себептер боюнча көбөйөт:

- Варианттардын экспоненциалдуу өскөн саны маалыматтардын атайын базасынын жана аны менен иштөө ыгы бар болушун талап кылат, анын ичине конкреттүү продуктылардын сапатын жана жагымдуулугун баалоону, жөнөтүүчүлөрдүн ишенимдүүлүгүн, жаңы продуктка сурамдын ийкемдүүлүгүн прогноздоо жана баалоону ж.б. камтыйт;
- Сатып алуучулар комплекстүү чечимдерге умтулат, ал эми ошол эле учурда сатуучуларга кайсы бир продуктка концентрация жасоо пайдалуу;
- Сатып алуучуларга көп учурда консультант, ал гана турсун бүтүмгө кепилдик талап кылынат (бүтүмгө кепилдик кылуу үчүн, мисалы, сатып алуучунун “эскро” эсебине төлөм жүргүзүүсү мүмкүн, ал сатуучуга бардык шарттарды сактаган соң гана кол жетерлик болот, ал эми өзүнчө төлөмгө брокер өзү бүтүмгө кепил болушу мүмкүн);
- Рыноктун бир катар агенттерине атын атабоо зарыл, аны ортомчу фирма камсыз кылышы мүмкүн.

Колдонулган адабияттар

1. Информационные технологии в бизнесе / Под ред. М. Желены. – СПб.: Питер, 2002.
2. Белов Г.В. Информационные технологии предпринимательства. – М., 2005.
3. Ивасенко А.Г. и др. Информационные технологии в экономике и управлении. – М., 2007.
4. Башлы П.Н. Современные сетевые технологии: Учеб. пособие. – М.: Телеком, 2006.