

Санкт-Петербургский государственный университет  
Программа «Прикладная информатика в области искусств и  
гуманитарных наук»  
Курс лекций «Информационный менеджмент»

# **Анализ информационной системы. Методика Гренобльской школы менеджмента. .**

# Инструмент самопроверки для построения электронного бизнеса:

**методология поэтапного анализа ситуации,**  
представленная в виде

**взаимосвязанных  
гипертекстовых страниц,**  
объясняющих порядок работы



**+ файлов форм**  
для сбора и обобщения информации



# Внешний вид Инструмента самопроверки:

Инструмент самопроверки - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Вперед Остановить Обновить Домой Поиск Избранное Журнал Почта Печать Правка Обновить

Адрес C:\Documents\Projects\Skills\Sat2\index.htm

Переход Ссылки

**Вы готовы к электронному бизнесу?**

Pilot Project  
EUMEDIS Initiative

Главная Инструмент самопроверки Техническая поддержка Контакты

## Добро пожаловать

Добро пожаловать в Инструмент самопроверки для построения электронного бизнеса (E-Business Self-Assessment Tool). Этот Инструмент был разработан с целью помочь компаниям при анализе возможных путей построения электронного бизнеса.

## Вводный видеоролик

Во вводном видеоролике Бернар Шапеле дает краткий обзор Инструмента самопроверки для построения электронного бизнеса. Эта презентация дает представление об основах электронного бизнеса и объясняет каким образом менеджеры компаний могут использовать Инструмент самопроверки.

Посмотреть вводный видеоролик

## Инструмент самопроверки для построения электронного бизнеса

Для того, чтобы произвести оценку с помощью Инструмента самопроверки, Вам нужно будет последовательно пройти все описанные шаги, пользуясь подробными объяснениями и заполняя формы. Процесс самопроверки состоит из 17 шагов, сгруппированных в 4 основных этапа:

**Бернар Шапеле**  
Директор Центра Time Гренобльской школы менеджмента (Франция)

## Материалы для чтения

**Внедрение электронной коммерции в деятельность МСП (малых и средних предприятий)**

Французское исследование малых и средних предприятий рассматривает ключевые вопросы, которые нужно принимать во внимание для того, чтобы успешно...

Мой компьютер

# Внешний вид Инструмента самопроверки:

Microsoft Excel - e-skills\_Rezonance.xls

Файл Правка Вид Вставка Формат Сервис Данные Окно Справка

Введите вопрос

Arial 10 Ж К У

G25

1 **Определение различных цепочек поставок компании:**

2

3 Для каждой группы Продукт/ Сегмент рынка, укажите ее влияние на оборот компании, прибыль компании и, кроме этого, - Ваш прогноз темпов роста в

4 ближайшие 3 года, а также потенциал влияния ИКТ на эту группу.

5

	% оборота	Прибыль (маржа) %	Базовые антенны		Абонентские антенны	
	темпы роста на 3 года	Влияние ИКТ				
Системные интеграторы	16	10-15	24	3-4		
	30	5	50	5		
Провайдеры беспроводной передачи данных (Интернет или LAN)	12	10-15	28	3-4		
	30	5	50	5		
Производители оборудования/техники	0,5	10-15	9,5	3-4		
	20	3	40	3		
Магазины по продаже беспроводной техники	0	-	3	3-4		
	-	-	35	2		
Индивидуальные пользователи абонентских услуг беспроводной связи	0	-	7	3-4		
	-	-	35	3,5		

18

19 **Пояснения к таблице**

20 Верхняя левая ячейка : процент оборота компании для этой группы Продукт/ Сегмент рынка.

21 Верхняя правая ячейка : процент, который составляет прибыль в данной группе Продукт/ Сегмент рынка.

22 Нижняя левая ячейка : Ваша оценка темпов роста в ближайшие 3 года для этой группы Продукт/ Сегмент рынка.

1.1a Определение ЦП / 1.1b Результаты определения ЦП / 1.2 Участники / 1.3 Виды деятельности / 1.4 Учас

Готово NUM

# Внешний вид Инструмента самопроверки:

Microsoft Excel - e-skills\_Rezonance.xls

Файл Правка Вид Вставка Формат Сервис Данные Окно Справка

Введите вопрос

Arial 10 Ж К Ч

A18

	A	B	C
2			
3	Цепочка поставок № 1 является той, которую компания определила как приоритет для внедрения ИКТ. Другие цепочки поставок могут быть		
4	предметом следующих этапов внедрения.		
5			
6	Цепочка поставок № 1		
7	<b>Описание</b>	<b>Аргументы в пользу внедрения ИКТ</b>	
8	Абонентские антенны/ Провайдеры беспроводной передачи данных	Обеспечить присутствие компании в Интернете, узнавать и размещать информацию о новинках, получать обратную связь, предоставлять техническую поддержку, устанавливать и поддерживать долгосрочные отношения. Новые провайдеры постоянно появляются на рынке и начинают искать поставщиков оборудования, поэтому хорошее поддерживаемое присутствие в Интернет очень важно.	
9			
10	Цепочка поставок № 2		
11	<b>Описание</b>	<b>Аргументы в пользу внедрения ИКТ</b>	
12	Все прочие цепочки поставок кроме тех, где участвуют магазины по продаже беспроводной техники и индивидуальные пользователи абонентских услуг беспроводной связи	Аргументы в пользу внедрения ИКТ те же, что и для первой цепочки, так как эти цепочки поставок схожи друг с другом в основных тенденциях. Основной чертой этих рынков является их предсказуемость и стабильность, тем не менее новые участники рынка появляются время от времени и необходимо быть видимыми для них.	
13			
14	Цепочка поставок № 3		
15	<b>Описание</b>	<b>Аргументы в пользу внедрения ИКТ</b>	
16	Цепочки поставок, где участвуют где участвуют магазины по продаже беспроводной техники и индивидуальные пользователи абонентских услуг беспроводной связи	Эти группы не являются основными целевыми группами компании в данный момент, но внедрения ИКТ-приложений может повлиять и на них. Эти рынки пока очень неопределенны и узки, но может быть есть какие-то возможности их роста.	

1.1a Определение ЦП 1.1b Результаты определения ЦП 1.2 Участники 1.3 Виды деятельности 1.4 Учас

Готово NUM

# Порядок работы

1. **Позиционирование компании на рынке**
2. **Сценарии развития**
3. **Цели компании**
4. **Функционирование цепочки поставок**
5. **Отчет, План действий и План обучения**

# 1. Позиционирование компании на рынке

1.1 Определение различных цепочек поставок компании

1.2 Определение и анализ приоритетной цепочки поставок компании

## 2. Сценарии развития

2.1 Изменения на рынке вокруг компании

2.2 Изменения внутри компании

2.3 Стратегия развития компании на 3-5 лет



# 3. ИКТ и цели компании

- 3.1 Определить ИКТ-приложения, которые могут быть внедрены для внутреннего использования
- 3.2 Определить ИКТ-приложения, которые могут быть внедрены для взаимодействия с партнерами
- 3.3 Проранжировать ИКТ-приложения с точки зрения достижения целей компании

## 4. ИКТ и функционирование цепочки поставок

4.1 Анализ предстоящих изменений во внутренних процессах компании

4.2 Анализ знаний и навыков, которые потребуются для внедрения информационно-коммуникационных технологий, а также последующей работы компании

# 5. Отчет, План действий и План обучения

5.1 Обобщение результатов проведенного анализа

5.2 Представление результатов анализа для начальства, коллег, партнеров, поставщиков ИКТ-приложений.

5.3 Планирование процесса внедрения

# Перспективы

**Периодическое возвращение к Инструменту самопроверки для коррекции выбранной стратегии и эффективной адаптации к меняющимся условиям на рынке.**