

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				
8 Системные интеграторы	16	10-15	24	3-4		
9	30	5	50	5		
10 Провайдеры беспроводной передачи данных (Интернет или LAN)	12	10-15	28	3-4		
11	30	5	50	5		
12 Производители оборудования/техники	0,5	10-15	9,5	3-4		
13	20	3	40	3		
14 Магазины по продаже беспроводной техники	0	-	3	3-4		
15	-	-	35	2		
16 Индивидуальные пользователи абонентских услуг беспроводной связи	0	-	7	3-4		
17	-	-	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	Описание	Аргументы в пользу внедрения ИКТ	
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	Описание	Аргументы в пользу внедрения ИКТ	
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	Описание	Аргументы в пользу внедрения ИКТ	
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.