

Internet și întreprinderile

Conf. dr. Floarea NĂSTASE,
Catedra de Informatică Economică, A.S.E., Bucureşti

Rețelele de calculatoare au devenit absolut necesare în societatea actuală. Ele permit accesul utilizatorilor la o mare diversitate de aplicații și, în mod implicit, de informații. În articol sunt prezentate câteva din elementele care susțin conectarea rețelelor de întreprindere la INTERNET.
Cuvinte cheie: INTERNET, EDI, comerț electronic.

Într-o lume în continuă schimbare, unul din cele mai importante fenomene observate în ultimul deceniu îl constituie extinderea rețelelor de calculatoare în cele mai variate domenii ale activității economice, sociale, științifice și manageriale. Spectaculoasa evoluție se explică prin semnificația pe care o are schimbul informațional și avantajele oferite de către rețelele de calculatoare în rezolvarea problemelor determinate de achiziția, stocarea, prelucrarea și distribuirea informației. Prin intermediul rețelelor se asigură partajarea și fiabilitatea utilizării resurselor, precum și reducerea costurilor. Interconectarea rețelelor a dat o nouă dimensiune prelucrării informației. Informatica distribuită urmărește optimizarea utilizării resurselor și simplificarea modului de lucru al utilizatorului.

- INTERNET reprezintă un astfel de exemplu, oferindu-ne posibilitatea unui schimb informațional rapid și divers. INTERNET este o rețea de rețele, fiind constituită dintr-un ansamblu de infrastructuri, servicii, utilizatori și resurse. Dacă în anul 1995 INTERNET interconecta peste 70 000 rețele din lumea întreagă, s-a prevăzut că în anul 2000 aproximativ 3,6 milioane de rețele vor putea comunica. Serviciile furnizate pot fi grupate în cinci categorii:
 - servicii pentru administrare (protocolele: TCP/IP, SMTP, SNMP);
 - servicii pentru comunicarea dintre persoane (E-mail, News, Usenet);
 - servicii pentru comunicarea dintre calculatoare (Telnet);
 - servicii pentru difuzarea informației (FTP, Web, Gopher, Mosaic);
 - servicii pentru căutarea informației (Archie, Veronica, Wais).

Oricare din aceste servicii pot fi solicitate din peste 80 de țări. Alte țări, aproximativ o

sută, au acces numai la serviciile de bază: poșta electronică și forum Usenet.

1. Avantajele concurențiale oferite de INTERNET

- INTERNET are un impact puternic asupra oricărei întreprinderi. Poate influența sistemul competițional, prin accelerarea realizării de noi produse sau servicii și extinderea pieței de desfacere. Se cunoaște că, în orice întreprindere, factorul timp a fost și rămîne un element cheie. Astfel, reducerea timpului de dezvoltare, al ciclului de viață a producției sau a luării unor decizii are un rol esențial. Thomas Robertson a mers mai departe cu această analiză, definind cinci elemente de bază ale marketingului unui produs sau serviciu:
 - să ajungă primul pe piață;
 - noul produs să fie anunțat înainte de lansarea efectivă;
 - produsului să i se aducă îmbunătățiri permanente;
 - să ocupe o piață cât mai largă, dacă este posibil la nivel mondial;
 - să se urmărescă pătrunderea produsului pe noi piețe.

Thomas Robertson afirmă că totdeauna când se dorește introducerea unei tehnologii noi trebuie să se analizeze dacă prin aceasta se realizează unul sau mai multe din elementele enumerate anterior. Pentru răspunsuri affirmative, întreprinderea poate spera într-un avantaj concurențial în domeniul său de activitate.

Înainte de apelarea la o nouă tehnologie a informației, în particular la conectarea prin INTERNET, orice întreprindere trebuie să studieze dacă aceasta reprezintă numai un instrument operațional sau este o armă strategică. În acest sens, Warren Mc Farlan în articolul său, apărut în Harvard Business

Review, propune un test constituit din cinci întrebări. Dacă răspunsul la una sau mai multe întrebări este afirmativ se demonstrează că INTERNET reprezintă o resursă strategică.

INTERNET schimbă bazele competiției?

Atunci când se caută obținerea unui avantaj concurențial este eficient să se schimbe și regulile jocului, nu numai produsele. Răspunsul la această întrebare este afirmativ, INTERNET permite o modificare considerabilă a bazelor competiției. În primul rând se obține o scădere considerabilă a prețului de cost pentru transmiterea informațiilor. Prin adoptarea altor tehnici, cum ar fi schimbul de date inter-întreprideri (EDI), INTERNET oferă posibilitatea de a fi mai activ decât un alt concurent din domeniu. Datorită comunicației la nivel mondial, INTERNET permite contactarea de noi clienți.

INTERNET creează bariere la intrarea noilor solicitanți?

Întrebarea se referă la măsura în care prețurile de achiziție și dificultățile de punere în funcțiune a acestor tehnologii pot frâna intrarea concurenților pe piață. INTERNET nu crează o barieră la intrare. Prețurile de acces sunt mici, iar achiziționarea echipamentelor și a software-ului nu este prea scumpă.

INTERNET frânează riscul de trecere a clienților către concurenți?

În situația când clienții au un sistem pentru schimbul de date inter-întreprinderi, în relațiile comerciale cu furnizorii, o factură sau un bon de comandă sunt schimbate între calculatoarele a două societăți. Odată pus în funcțiune, acest sistem permite o diminuare considerabilă a timpului și o reducere a schimburilor de documente (pe hârtie). Cele două întreprinderi devin intim legate.

INTERNET modifică echilibrul de forță cu furnizorii?

Prin facilitarea contactului cu noi furnizori și permiterea schimbului de păreri cu alții utilizatori, INTERNET oferă o poziție privilegiată față de furnizorii obișnuiți.

INTERNET determină apariția de noi produse/servicii?

Inovația este factorul cheie al succesului unei întreprinderi. Influența INTERNET-lui se resimte în două moduri: întreprinderile țin seama de necesitățile clienților, pentru care imaginează și crează noi produse/servicii; prin INTERNET se intervine pentru a crea noi servicii și noi necesități.

2. Întreprinderi conectate la INTERNET

Întreprinderea este organizația umană complexă care realizează un ansamblu de activități, scopul fiind obținerea unui profit. Activităților unei întreprinderi pot fi grupate în activități de susținere și activități principale (de producție și vânzare). Analizând fiecare activitate și legăturile dintre ele se pot determina sursele avantajelor concurențiale. Prin conectarea la INTERNET toate activitățile unei întreprinderi pot fi influențate.

Activitățile de susținere:

Infrastructura întreprinderii

- Arhitectura comunicăției de date are la bază INTERNET (servicii de interconectare TCP/IP, E-mail, News);
- Supravegherea tehnologică și concurențială (News, liste de difuzie, servers).

Gestiunea resurselor umane

- Recrutarea (News, E-mail, liste de difuzie, servers);
- Autoinstruirea (News, E-mail, liste de difuzie).

Dezvoltarea tehnologică

- Acces la cercetarea și dezvoltarea publică (News, E-mail, liste de difuzie);
- Susținere prin administrarea sistemelor de informații (News, FTP).

Aprovizionarea

- Selectarea de noi furnizori (News, E-mail, liste de difuzie, servers);
- Comunicarea mai rapidă cu actualii furnizori (E-mail, liste de difuzie, servers).

Activități principale:

Logistica internă, accelerarea fluxului de informație;

Producția, teleprelucrarea și accelerarea fluxului de informație;

Logistica externă, prelucrarea informației de comandă și accelerarea fluxului de informație;

Comercializarea

- Studiul pieței (liste de difuzie, News, servers);
- Promovarea produselor (server Web, liste de difuzie);

- Extinderea pieței.

Servicii, suport client (liste de difuzie, E-mail, News)

Fig.1. Exemplu de formular

3. Comerț electronic

Comercializarea este obiectivul oricărei întreprinderi, fie că aceasta crează produse sau servicii. Suprafața de acțiune a INTERNET-ului, popularitatea sa crescândă și ușurința de

manevrare a informațiilor de orice natură au convins multe întreprinderi că "rețea rețelelor" reprezintă un nou mod de a vinde, mai mult și mai bine.

Serviciile "vitrină" au rolul de a prezenta întreprinderile și sunt văzute ca acțiuni de

comunicare pasivă mai degrabă decât acțiuni de marketing sau comerciale. Realizarea unei vitrine constă în crearea unor pagini în format HTML și includerea lor pe un server propriu sau pe unul specializat.

Serviciile vânzări prin corespondență (VPC) interactive reprezintă o evoluție logică a serviciilor vitrină. Sistemul Web din INTERNET oferă multiple posibilități când există server propriu, de exemplu: crearea formularelor pentru preluarea automată a comenziilor și prospectarea pieței (printr-un formular simplu, lansat de pe un server WEB al unei societăți bursiere se pot transmite ordinele de bursă - figura 1); legătura cu baza de date existentă pentru prezentarea produselor/serviciilor; • legături cu alte servicii INTERNET (cu poșta electronică); posibilitatea modificării dina-

mice a informațiilor difuzate; • posibilitatea de efectuare a plășilor în siguranță. Crearea de servere Web pentru vânzarea produselor/serviciilor este una din practicile curente ale întreprindelor.

În concluzie, orice întreprindere conectată la INTERNET are posibilitatea de a utiliza servicii, cât și de a crea servicii; de a primi informații cât și de a deveni producător de informații.

BIBLIOGRAFIE

1. ANDRIEU, O., LAFONT, D. INTERNET et l'ENTREPRISE, Eyrolles, Paris, 1996
2. PELIKS, G. Le World-Wide Web, Addison-Wesley, Paris, 1995
3. PIGOT, T. Creez vos pages Web sur Internet, SYBEX, Paris, 1995