

Специфика и значение на човешките ресурси в електронната търговия

Автор: Веселина Лекова

Specificity and importance of human resources in e-commerce

Author: Veselina Lekova

Резюме: Както във всяка област на стопанството, така и в електронната търговия, човешките ресурси имат своята специфика и значение за фирмите. Освен най-често посочваното им значение - постигане на поставените цели на организацията, значимостта на заетите намира израз и в генерирането на нови идеи, в осъществяването на продажбите, в използването на останалите ресурси на организацията и други. Но освен това човешките ресурси притежават и едно специфичното значение, което притежава всяко едно лице за организацията съобразно заеманата длъжност или изпълняваната роля. От своя страна, спецификата на заетите в on-line търговия се дължи на особеностите на търговията като специфичен вид дейност и на особеностите на интернет като средство и среда за извършване на тази дейност. Това предопределя и наличието на определени, специфични за електронната търговия длъжности, трудови функции, изискуеми знания и умения, също така предопределя и различен начин на организиране на дейността, на управлението на човешките ресурси, така че да се осигури нормалното протичане на бизнес процесите в организацията.

Ключови думи: електронна търговия; човешки ресурси; значение на човешките ресурси; специфика на човешките ресурси

Abstract: As in any area of the farm and in e-commerce, human resources are its specificity and importance for companies. Besides the most frequently mentioned their importance - achieving the objectives of the organization, the importance of employment is reflected in the generation of new ideas in pursuit of sales, in the use of other resources of the organization and others. But also human resources and have a specific meaning which has any one person for the organization according to the occupied position or act. In turn, specifics of employees in the on-line trade is due to the peculiarities of trade as a specific type of activity and the characteristics of the Internet as a tool and medium for performing this activity. It determines the presence of certain specific e-commerce positions, job functions required knowledge and skills also determines a different way of organizing the

activity of management of human resources, so as to ensure smooth flow of business processes.

Keywords: e-commerce; human resources; importance of human resources; specificity of human resources

JEL: J24; L81; O15

ВЪВЕДЕНИЕ

Само за няколко години от своето възникване до сега електронната търговия постигна значително развитие. Тя спомогна и продължава да спомага за повишаване на имиджа на търговските дружества, за разширяване на пазарния обхват, увеличаване на пазарния дял, намалява себестойността на процесите, подобряване качеството на търговския продукт и т.н. Но за постигнат всичко това фирмите трябва да притежават необходимите специалисти за извършването на всеки един специфичен процес от електронната търговия. Все пак както показва неотдавнашно проучване сред 1700 главни изпълнителни директори от цял свят, човешкият капитал надминава всички други фактори като източник на устойчива икономическа стойност (European Commission, 2014)¹.

Настоящата разработка цели да се разкрие значението и спецификата на човешките ресурси в електронната търговия на стопанските организации като посилен акцент се поставя върху тези от тях опериращи в рамките на търговията на дребно. За постигане на тази цел ще се използват теоретико-емпиричния подход и системния подход. Чрез теоретико-емпиричния ще се съчетаят теоретичните знания за обекта и практическите изследвания на закономерностите, а чрез системния подход ще се изследват съществуващите връзки и зависимостите. От методите за изследване ще се използват историко-ретроспективеният анализ, дедуктивният и индуктивният, сравнителният анализ и др., с помощта на които ще се разкрият съществуващите в теорията схващания по отношение на значението и спецификата на електронната търговия, връзката между човешките ресурси и извършваните дейности в организацията, изискуемите им знанията и уменията съобразно извършваните работни задачи и т.н.

1. ЗНАЧЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

Както във всяка област на стопанството, така и в електронната търговия човешките ресурси имат своите отличителни черти и своето значение за организацията. Освен основното и най-често посочвано значение за компаниите, а именно постигането на поставените цели на организацията, човешките ресурси с извършваните дейности и задачи, взимани решения са в основата на всеки успех или неуспех на организацията. Човешките ресурси откриват способности за намаляване

¹ Европейска комисия, 2014. Електронни умения: Международното измерение и влиянието на глобализацията. [online] Available at:<<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/6856/attachments/1/translations/en/renditions/native>> [Accessed: 15 May 2016].

на разходите и увеличаване на приходите, генерират идеи за достигане до потребителите и са в основата на ръста на организацията. Но значението им не се изчерпва с това, те са движещи сили на развитие, носител на конкурентно предимство, стратегически ресурс, „значими активи, които притежават търговската фирма и чието ефективно използване е предпоставка за нейния просперитет” (Аврамов, 2005)², ключов фактор за осъществяване на продажбите, но и „условие за оптимално използване на потенциала, заложен в останалите ресурси – финансови, материални, информационни, системни” (Kharizanova at al., 2011a)³. Чрез съчетаването на способностите на индивидуалните членове на организацията, човешките ресурси създават стойността за клиентите (Топскот at al., 2001)⁴. Чрез придобитите си квалификации, опит и умения човешкият капитал се разглежда и като съществен елемент от иновационния фирмен потенциал и съответно от иновационната фирмена активност, което означава и че те осигуряват необходимата промяна за организацията. Към това се добавя и увеличеното значение на човешките ресурси за организациите като резултат от съществуващото разбиране, че понастоящем организациите функционират в условията на икономика на значението, а електронната търговия е сред отраслите, движими именно от новите технологии и от знанието. В резултат на това се явява необходимост компаниите да притежават най-високо квалифицирания персонал, което е истинско предизвикателство за мениджърите. Затова не е учудващ фактът, че през последните години в световен мащаб се наблюдава увеличен интерес сред служителите да запазят и увеличат компетенциите си чрез учене през целия живот. Такъв повишен интерес се наблюдава и при организациите.

Но освен общото значение на човешките ресурси за организацията в електронната търговия не бива да се подценява и специфичното значение, което има всяко една лице за организацията съобразно заеманата длъжност или изпълняваната роля, значение което ще бъде изяснено при определянето на спецификата на заеманите длъжности или роли в следващите раздели.

2. СПЕЦИФИКА НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

Важен момент при изясняване на човешките ресурси в електронната търговия е и изясняването на тяхната специфика, която произтича от особеностите на дейността в on-line търговията. Независимо дали търговската фирма оперира само в електронната търговия или интернет търговия е в допълнение към традиционната е налице процес на изменение продиктуван от една страна от динамиката, с която се характеризира търговията, а от друга страна от прехвърлянето и/или извършването на търговска дейност в интернет. От тук следва, че за електронната търговия спецификата на човешките ресурси се дължи на особеностите на търговията като

² Аврамов, В., 2005. Управление на персонала на търговската фирма. София: Сиела, с. 9.

³ Харизанова, М и колектив, 2011а. Управление на знанията като инструмент за интегриране на България в европейската икономика, базирана на знание – методологични и практически изследвания (научно изследване). София: Университетско издателство „Стопанство”, с. 16.

⁴ Топскот, Д., Тикол, Д. и Лоуи, Ал., 2001. Цифров капитал. Да обуздаеш силата на бизнес мрежите. София: Класика и стил, с. 214.

специфичен вид дейност и на особеностите на интернет като средство и среда за извършване на тази дейност, последното от което предопределя и особеностите на дейността в електронната търговия в сравнение с традиционната търговия.

Спецификата на човешките ресурси в зависимост от особеностите на търговската дейност е многопосочна и многопластова. Безпроблемното протичане на процесите в електронната търговия включва редица дейности като събиране и анализ на различни данни, прогнозиране и планиране развитието на пазара, управление на човешките ресурси и много други, което предполага наличието на персонал с отлични познания и умения в различни области. Това означава, че за да извършват трудовите си задачи от една страна заетите трябва да познават и изучават конкурентите на фирмата, доставчиците ѝ, партньорите ѝ, настоящите и потенциалните потребители, а от друга страна да притежават отлични познания за предлаганите продукти и услуги, както и за тези на конкурентите, начина на производство и употреба на продуктите и услугите, като едновременно с това умело боравят с притежаваната информация изразявайки се ясно и точно, като в същото време и убеждават. От съчетанието на тези качества и редица други, които притежават заетите зависи качеството на извършваните дейности и съответно качеството на търговския продукт.

Сред особеностите на търговията независимо дали е традиционна или електронна е високата динамичност на дейността на обкръжаващата средата. Честите промени в изискванията и в крайните цели на бизнес проектите още в процеса на изработката, а след това и в процеса на реализация, скъсяването на сроковете за изпълнение на различните дейности, скъсеният жизнен цикъл на продуктите, промените в изискванията, желанието и потребностите на клиентите, промените сред конкуренцията и т.н. поставят заетите и най-вече мениджърите пред необходимостта да вземат бързи решения, за да запазят своята „активната устойчивост и приспособимост” на „динамично трансформиращи се, непрекъснато новосформиращи се пазари” (Veselinova, 2012)⁵. Към това се добавят измененията предизвикани от виртуализацията на търговската дейност. И въпреки факта, че повечето фирми притежават вече изградени информационни и комуникационни системи, основната част от тях тепърва навлизат в електронната търговия, което означава трансформиране на организационната структура чрез добавяна на виртуална организационна структура към съществуващата вече мрежова инфраструктура, проектиране и изграждане на функционален сайт за електронна търговия, поддръжка на сайта. Към тези промени може да се добавят и нови трудови задачи като качване и обработка на снимков материал в интернет, съставяне и редакция на текстова информация към новите и съществуващи продукти, осигуряване на присъствие на фирмата в социалните мрежи, обработка на заявките, доставка на стоките (комплектуване, опаковане, изпращане на поръчките) и т.н. Но промените включват и изменение в начина, по който се извършват работните задачи, добавят се нови работни задачи, променят се трудовите функции на

⁵ Веселинова, Н. Св., 2012. Фирмена политика за използване на е-бизнеса - дистрибуционни варианти. Бизнес управление, 2012(1), стр. 69.

заетите, което предполага и промяна в изискуемите компетенции, възникват нови длъжности. Тези промени са свързани и с „въвеждане на нови стандарти и нов стил на работа на базата на утвърждаването на нововъведенията и необходимостта от професионална квалификация и компютърни умения” (Краева, 2009)⁶. А това се отразява върху начина, по който се проектират работните места, работните стандарти и върху самия мениджмънт на човешките ресурси. Така мениджмънтът на човешките ресурси „придобива все по-стратегически измерения, ориентирайки се преди всичко към повишаване потенциала на човешкия ресурс в организацията, подготовката за осъществяване на непрекъснати промени и най-рационалното му използване за постигане на целите ѝ” (Kharisanova at al., 2011b)⁷. Това е изцяло в съответствие с възприемането на промяната като източник на конкурентно предимство съобразно, което стратегията на организацията се свързва винаги с промяна, а тази промяна се осъществява единствено от хората и е функция на тяхната компетентност (Kharisanova at al., 2011b)⁸.

От казаното досега може да се заключи, че поради прехвърлянето и/или извършването на търговска дейност и най-вече на целия търговския процес във виртуална среда, човешките ресурси в електронната търговия, длъжностният състав, техните длъжностни задължения, отговорности, взаимоотношения, притежавани компетенции се различават значително в сравнение с традиционната търговия, което налага необходимостта тяхната специфика да се очертае и разясни.

Една от главните особеностите на електронната търговия в сравнение с традиционната търговия функционираща с широко изградена мрежа от физически магазини, за които съответно е необходим персонал е, че за функционирането на електронната търговия не е необходима мрежа от физически магазини и съответно не е необходим и такъв персонал. Това означава че редица длъжности като касиер в магазин, аранжор витрини/щандове, декоратор витрини/щандове, интериорен дизайнер, демонстратор и др. характерни за традиционната търговия, някои от които и ключови за нея не присъстват в списъчния състав на персонала на фирмите в интернет търговията. За сметка на това в електронната търговия присъстват такива длъжности, които липсват в състава на персонала на фирмите в традиционната търговия като мениджър интернет магазин, оператор интернет магазин и администратор интернет магазин. Но има и такива длъжности, които съществуват или могат да съществуват във фирмите и в интернет търговия и в традиционната търговия. Това са мениджър ключови клиенти, мениджър продажби, маркетинг мениджър, шофьор, търговски представител и др., което всъщност доказва и факта, че електронната търговия и традиционната търговия имат свои допирни точки.

Сред отличителните черти на електронната търговия, която е в основата на спецификата на човешките ресурси в тази област, е организацията на дейността,

⁶ Краева, В. Св., 2009. Електронният бизнес в условията на цифровизираната икономика. Годишник на СА “Д. А. Ценов”, 2009(112), стр. 79.

⁷ Харизанова, М, Миронова, Н. и Кичева, Т., С. 2011b. Системата за управление на човешките ресурси – структура, функции, перспективи. Научни трудове на УНСС, 2011(2), стр. 8

⁸ Харизанова, М, Миронова, Н. и Кичева, Т., С. 2011b. Системата за управление на човешките ресурси – структура, функции, перспективи. Научни трудове на УНСС, 2011(2), стр. 8

установена чрез интегриране на процесите на няколко бизнес единици. В тази връзка представляват интерес възгледите на Topskot et al. (2001)⁹, както и на Drakur (2006)¹⁰ относно човешкия капитал в бизнес мрежите. В основата на тази концепция е изместването на възприемането на човешките ресурси на една организация от съществуващото разбиране за тях като ограничени само в рамките на една компания към възприемането на човешките ресурси като съвкупност излизаща извън корпоративните граници. В резултат на това човешките ресурси на интегрираните партньори се приемат като част от ресурсите на организацията. В този ред на мисли може да се приеме, че организацията не предоставя услуги на външни партньори, а интегрира своите бизнес процеси. Така се създава интеграция между независими бизнес единици, която по своята същност представлява временно явление на свързване на търговски дружества, чиято основна цел е да се подпомогне постигането на по-бърз растеж чрез улесняване и опростяване на бизнес процесите, чрез споделяне на информация и изграждане на достъпна за всички партньори единна информационна система. Но споделянето на информация зависи от изграденото доверие между бизнес единиците, а то се постига значително по-трудно и от доверието между заетите в рамките само на една организация. От друга страна интегрирането води до намаляване на броя на заетите във всяка от независимите интегрирани търговски дружества, както и намаляване на сигурността на работното място, като в същото време се отчита по-висок растеж на предприятията именно заради постигнатата интеграция. Но интегрирането на независимите организации променя не само начина, по който се извършват бизнес процесите, променя и взаимоотношенията, които вече не са просто взаимоотношения между две отделни търговски дружества, а са и взаимоотношения между една фирма и независимите служители на други интегрирани фирми или независими лица наети по договор, на хонорар и т.н по повод извършването на съвместни или самостоятелни работни задачи. Всичко това се основа на факта, че човешките ресурси в областта на електронната търговия се разглеждат като ресурс, работещ в мрежа, чието управление е насочено към постигане не само на организационна ефективност, но и на междуорганизационна ефективност. Това е изцяло в съответствие с разбирането, че растежът се базира на работата в рамките на цялата мрежата от интегрирани компании, а не единствено и само на собствената фирма. Това означава, че една фирма може да увеличи своите ползи като следствие от успеха на независимите служители от интегрираните ѝ бизнес единици или обратното да загуби в резултат на неуспеха на същите тези независими служители и търговските дружества, за които работят. Нещо повече тези ползи или тези загуби могат да засегнат всички по мрежата, тъй като организациите не са затворена система. Заключение то важи с още по-голяма степен ако тези независими служители имат ключова роля в бизнес процесите. Добър пример в защита на това твърдение е предоставянето на разработката на един сайта за електронна търговия на специализирана в тази дейност фирма. От това доколко професионално е

⁹ Топскот, Д., Тикол, Д. и Лоуи, Ал., 2001. Цифров капитал. Да обуздаеш силата на бизнес мрежите. София: Класика и стил, 214-225.

¹⁰ Дракур, П., 2006. Мениджмънт в следващото общество. София: Класика и стил.

разработен сайта зависи в частност неговата поддръжка. За постигането на това изискване е необходимо структурата на сайта да е гъвкава, HTML кодът и програмирането на страниците да са изчистени и опростени, което предполага извършване на лесни промени в последствие¹¹. Така значително се улеснява работата на работещите един или няколко специалиста в самата фирма за електронна търговия, в случай че извършват изцяло тази дейност. Но от друга страна съществува и възможност, поддръжката на сайта да не се извършва от самата организация за електронна търговия, а да се предостави на друга организация – обикновено това е фирмата проектирала и разработила сайта. Така бизнес процесите на фирмата за електронна търговия и фирмата разработила и/или поддържаща сайта се интегрират като взаимоотношенията между тях стават двупосочни и постоянни, а значението на независимите служители в интегрираната бизнес единица специализирана в поддръжката на сайтове се увеличава. Това е така защото поддръжката на сайта включва редица дейности от ключово значение за компанията извършваща интернет търговия – това са дейности по техническата поддръжка (проверка изправността на сайта, проверка, промяна или отстраняване на вътрешните и външните връзки), обновяване на съдържанието на сайта, отваряне и отговаряне на писмата на посетителите, анализ на посещаемостта и на тяхна основа планиране на дизайна, структурата и съдържанието на сайта (Tomps and Dzhambazov, 2004)¹². Ето защо тези служители, които са част от бизнес мрежата на фирмата за електронна търговия се превръщат в неин стратегически ресурс, а дружествата за които работят в неин стратегически партньор, а не външни за фирмата физически и юридически лица, които са възприемат като конкуренти. Това е така защото конкуренцията в областта на електронната търговия се води не толкова между отделните фирми, а между отделните бизнес мрежи.

В съответствие с разбирането за работата в бизнес мрежа се изгражда управлението на човешките ресурси във фирмите за интернет търговия като се поддържат отношения на сътрудничество с партньорите и гъвкавост във взаимоотношенията. Тази необходимост произтича от интеграцията с бизнес единиците, но и от необходимостта да се отговори на очакванията и изискванията на крайните клиенти, както и от необходимостта да се поддържат няколко варианти за връзка, които да подпомогнат увеличаващия се брой осъществявани и поддържани връзки. Тези крайни клиенти вече се възприемат като участници в изградените бизнес мрежи. Така взаимоотношенията между фирмата за електронна търговия и нейните партньори или крайни клиенти придобива двустранен характер. Но установяването на тези двустранни отношения особено с крайните клиенти не е лесна задача в света на новите технологии, където клиентите общуват свободно с целия свят в реално време, изискват всичко да става почти мигновено и често купуват едва след като са изпробвали продукта (най-вече за дигиталните продукти). Тези крайни клиенти комуникират директно с фирмите за електронна търговия по повод на все по индивидуализирани поръчки на продукти и услуги. И макар за

¹¹ Томпс, Жюст. и Джамбазов, В., 2004. Основи на уеб дизайна. София: Сиела, стр. 164.

¹² Томпс, Жюст. и Джамбазов, В., 2004. Основи на уеб дизайна. София: Сиела, стр. 164.

разлика от традиционната търговия, където непосредственият контакт лице в лице преобладава и е ключов за комуникацията и получаването на информация от потребителите, при електронната търговия неговото използване е силно ограничено като представлява възможност най-вече при фирмите извършващи дейност едновременно в електронната и в традиционната търговия. От представеното до тук става ясно, че при електронната търговия изграждането и поддържането на двупосочни взаимоотношения с индивида, взаимоотношения в повечето случаи цифрови отколкото физически са от ключово значение за успеха на фирмите, а не толкова изграждането на комуникация насочена към масовия потребител. Все пак цифровият свят предоставя огромни възможностите за връзка с индивидуалния клиент.

Повечето фирмите за електронна търговия и особено големите притежават Web-базирани call-центрове, при които връзката с клиентите се осъществява чрез e-mail, чат, телефонна и видеовръзка в реално време (Краева, 2009)¹³. Тези call-центрове се използват като способ за получаване на информация от потребителите относно мнението им за предлаганите продукти и услуги, за получаване и отговаряне на техните въпроси, за разкриването на слабите страни и възможностите на търговската фирма и много други. Това означава, че търговското дружество трябва да разполага със значително време и специалисти (специалисти/ търговци кол център) познаващи особеностите на всеки един от каналите за връзка. Тези служители трябва да консултират, подпомагат, съдействат, да познават бизнес процесите в организацията, нейните продукти, да предоставят информация относно предлаганите продукти и услуги бързо и ясно. Също така те трябва да отговарят на телефонните запитванията/ чат в реално време, да отговарят на писмата своевременно, да разрешават възникнали проблеми, да отправят благодарности за предложенията и препоръките. Всичко това е доказателство за голямото значение, което имат тази група заети за постигане целите на организацията. При изграждането и поддържането на връзка с клиента изискване е заетите да притежават главно комуникационни умения, както и презентационни умения, умения за убеждаване, гъвкавост и индивидуален подход към клиента, отлични познания във воденето на търговска кореспонденция, познания в областта на маркетинга и директните продажби, както и инициативност. А поради факта, че повечето от способите за връзка с крайните клиенти, както и с партньорите и доставчиците са цифрови, служителите трябва да имат и много добри дигитални умения. Отделно от това все по-често срещано изискване е заетите да владеят няколко езика и да познават различните културни норми и бизнес практики осигурявайки безпроблемното протичане не само на вътрешната, но и на трансграничната електронна търговия на фирмата. Чрез тези си действия и притежаваните знания и умения те трябва да осигуряват увеличаване на имиджа на компанията, привличане на нови клиенти, да поддържат и увеличават интереса към сайта, да създават положително усещане сред посетителите на сайта. Например за електронен магазин

¹³ Краева, В. Св., 2009. Електронният бизнес в условията на цифровизираната икономика. Годишник на СА "Д. А. Ценов", 2009(112), стр. 120.

да създават впечатлението, че той не е просто платформа за извършване на продажби, а е насочен към предоставяне на максимална полза за потребителя и отчитане на неговото настоящо и бъдещо мнение. По този начин клиентът се превръща в лоялен на фирма за електронна търговия, връщайки се и в бъдеще на нейния сайт.

Но работата в call center притежава и своите негативни страни. „Възходът на кол центровете през последните няколко години води до високи нива на текучество на наетите лица, което се дължи на начина, по който работните места са създадени и управлявани. Тези видове работни места се характеризират с повтарящи се работни дейности, постоянна телефонна връзка с клиенти и непрестанно извършващ се контрол от супервайзерите” (Blount at al., 2003)¹⁴. В резултат неудовлетвореността сред заетите се увеличава, а това се отразява и върху начина, по който те извършват трудовите си задачи.

За разлика от традиционната търговия, при електронната търговия все повече фирми използват социалните мрежи отчитайки тяхното безспорно предимство като средство за осигуряване на широк достъп до целевия пазари, възможност за популяризиране на търговската марка, комуникация с потребителите, представяне на нови и промоционални предложения и т.н. Но това означава, че към задълженията на заетите се включват и писане на туйтове в Twitter, пускане на статуси във Facebook, качване на информация (на снимки, видео), комуникация с потребителите и много други. Това изисква нови умения от служителите, съгласуване на работа с маркетинговия отдел, с IT отдела и почти непрестанно присъствие в интернет и социалните мрежи излизащо извън установеното работно време за повечето професии и длъжности от 9:00 до 17:00 часа. Затова социалните мрежи трябва да се приемат само като едни инструменти, чиято реална ценност се свежда до професионалния подход към използване на възможностите им и в това как конкретната компания ще прилага тези инструменти за развитие на бизнеса си (Vurbanov, 2015)¹⁵.

Използването на представените способности за взаимоотношения са само част от специфичните дейности на човешките ресурси извършвани в дигиталната търговия. Освен организирането и воденето на предимно дигитални взаимоотношения с партньорите, доставчиците, крайните клиенти заетите в електронната търговия трябва да „изследват” интернет пространството търсейки и намирайки отзиви относно предлаганите продукти и дори продукти, които не предлага фирмата, но свързани с нейното продуктово предложение - продукти, които представляват интерес за клиентите, както и за такива продукти предлагани от конкурентите. Всичко това е насочено и има като цел извършването на едно бъдещо модифициране на предлаганите продукти и услуги, така че в по-голяма степен да съответства на изискванията и потребностите на потребителите.

¹⁴ Blount, Y., Castleman, T. and Swatman, P., 2003. Linking eCommerce and Human Resource Strategies: A Case Study in a Large Australian Retail Bank, pp. 4-5. [online] Available at: [https://domino.fov.unimb.si/proceedings.nsf/0/4545a06738282b4dc1256ea1002aeead/\\$FILE/01Blount.pdf](https://domino.fov.unimb.si/proceedings.nsf/0/4545a06738282b4dc1256ea1002aeead/$FILE/01Blount.pdf) [Accessed: 9 May 2015].

¹⁵ Върбанов, Р. Св., 2015. Потенциалът на социалните медии в бизнеса на компаниите. Бизнес практика, 2015(3), стр. 17.

Друга съществена особеност на електронната търговия рефлектираща върху изискванията към човешките ресурси са навлизането и използването на новите технологии, чиито дял непрестанно се увеличава съобразно тенденцията за опростяване и ускоряване на бизнес процесите. Тези технологии се характеризират с висока степен на обновление и усъвършенстване, което налага необходимостта от непрестанно подновяване на използваната технология. Все пак не бива да се забравя, че използването на новите информационни и комуникационни технологии може да осигури конкурентно предимство на търговските дружества особено в отрасли като електронната търговия. От тук произтича и изискването човешките ресурси да притежават много добри дигитални умения, както и гъвкавост, стремеж към постоянно развитие и адаптация към извършващите се с все по-големи темпове промени в технологиите. Те са необходими при уеб дизайнерите, администраторите на интернет магазина, project managers, специалистите по реклама и маркетинг, операторите, консултантите онлайн продажби и много други. Към тези умения трябва да се добавят и технически умения като работа с Photoshop, познания в SEO, HTML, PHP, CSS, OpenCart и др.

Сред специфичните за електронната търговия процеси извършвани от заетите са опаковане и изпращане на поръчаните/закупени продукти свързани с доставката дори и от търговците на дребно (в случай, че фирмата оперираща в областта на електронната търговия извършва и продажби чрез сайта си). Наличието на голям брой пратки, всяка от които различаваща се по видове и количество на включени продукти, по дестинация е предизвикателство за персонала. Това означава, че от човешките ресурси извършващи тази дейност се изисква висок фокус върху работата, за да се намали броя на извършените грешки, също така от тях се изисква да използват и различни способности за изпращане на доставките като работят с различни фирми.

Множеството промени, извършващи се в електронната търговия и отразяващи се върху работните задачи и работния процес предполагат използването на различни форми на заетост. Освен най-често използваните във всички сектори на стопанството форми на заетост: на пълен работен ден – 8 часа, също така и на непълен работен ден (на 4 или 6 часа) и гъвкаво работно време, в електронната търговия изключително използвана е и работа чрез телекомуникационна връзка. Възможността за работа чрез телекомуникационна връзка се използва в значително по-голяма степен отколкото при традиционната търговия като е приложима дори за консултантите онлайн продажби. Това е така тъй като при електронната търговия търговският процес не протича в рамките на физически магазин, а се извършва в електронна среда. В резултат на това новите технологии променят не само начина, по който си взаимодействат пазарните субекти, но променят и начина, по който работят заетите. Заедно с бързото географско разрастване на компаниите, възможностите за работа от разстояние се явяват много добър избор за организация на работата. В резултат на това в интернет търговията се появяват и започват все повече да се разпространява използването на т.нар виртуални екипи - специалисти заети в една компания, но намиращи се физически на различни места

дори в различни държави. С помощта на електронна връзка те могат да комуникират, както с централното управление, така и с партньорите на фирмата и с крайните клиенти. От друга страна фирмите могат лесно да решат проблемите си с намирането на лица за дефицитните си длъжности. Но наличието на виртуални екипи предопределя необходимостта от лице, което да ръководи тези виртуални екипи като координира работата на членовете на екипа, за което ръководителят трябва да притежава много добри организационни умения наред с комуникационните и дигиталните умения.

Но използването на електронната търговия води до още една специфична промяна на човешките ресурси, а именно увеличение на стойността на един от най-важните показатели за оценка на ефективното използване на човешките ресурси - производителността на труда. В доклада за информационната икономика на ООН за 2014 г. (UNCTAD, 2015)¹⁶ е изследвана и представена връзката между производителността на труда и промяната в процента на използване на е-продажби от фирмите в страните в Европа с по-висока степен на използване на информационните и комуникационните технологии, чието изследване доказва, че отраслите с увеличение в дела на фирмите продаващи online имат по-висок ръст на производителността на труда, тъй като увеличеното използване на е-продажбите води до увеличение на ръста на производителността на труда. Ефектът на електронната търговия върху фирмената производителност е изследвана и от Zhu и Kraemer, които извеждат извода, че както front-end (информацията за продукта) така и back-end възможностите (web приложенията, ICT инфраструктура) увеличават стойността на електронната търговия конкретно в отрасъл „Търговията на дребно“ (Falk and Hagsten, 2015)¹⁷.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Промените в областта на човешките ресурси в електронната търговия следват промените в човешките ресурси и развитието на електронната търговия в глобален мащаб въпреки националните различия. Наличието на специфични длъжности, трудови функции, изискуеми знания и умения в интернет търговията, различния начин на организиране на дейността са необходими, за да се разкрият и отчетат различията при управлението на заетите, така че да се осигури нормалното протичане на бизнес процесите и ръста на организацията.

REFERENCES:

1. Avramov, V., 2005. Upravlenie na personala na turgovskata firma. Sofia: Siela.
2. Blount, Yv., Castleman, T. and Swatman, P., 2003. Linking eCommerce and Human Resource Strategies: A Case Study in a Large Australian Retail Bank. pp. 4-5. [online]

¹⁶ UNCTAD, 2015. Information economy report 2015. p. 7. [online] Available at: <<http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1146>> [Accessed: 13 April 2015].

¹⁷ Falk, M. and Hagsten, E., 2015. E-commerce trends and impacts across Europe, United Nations, p. 9 [online] Available at: <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/osgdp20152_en.pdf> [Accessed: 13 April 2015].

Available at: [https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/4545a06738282b4dc1256ea1002aeead/\\$FILE/01Blount.pdf](https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/4545a06738282b4dc1256ea1002aeead/$FILE/01Blount.pdf)
[Accessed: 9 May 2015]

3. Dracur, P., 2006. Menidzhmunt v sledvashtoto obshtestvo. Sofia: Klasika i stil.
4. European commission, 2014. Elektronni umeniya: Mezhdunarodnoto izmerenie i vliyaniето na globalizatshiyata. [online] Available at: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/6856/attachments/1/translations/en/renditions/native> [Accessed: 15 May 2016].
5. Falk, M. and Hagsten, E., 2015. E-commerce trends and impacts across Europe, United Nations, [online] Available at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/osgdp20152_en.pdf [Accessed: 25 April 2015].
6. Kharizanova, M. and kolektiv, 2011a. Upravlenie na znaniyata kato instrument za integrirane na Bulgaria v evropeiskata ikomomika, bazirana na znanie – metodologichni i prakticheski izsledvaniya (nauchno izsledvane). Sofia: Universitetsko izdatelstvo „Stopanstvo”.
7. Kharizanova, M., Marinova, N. and Kicheva, T., S., 2011b. Sistema za upravlenie na choveshkite resursi – struktura, funktshii, perspektivi. Nauchni trudove na UNSS, 2011(2), pp. 7-44.
8. Kraeva, V., Sv., 2009. Elektronen biznes v usloviata na tshifroviziranata ikonomika. Godishnik na SA “D. A. Tshenov”, 2009(112), pp. 75-129.
9. Tomps, Zh. And Dzhambazov, V., 2004. Osnovi na ueb dizayna. Sofia: Siela.
10. Topskot, D., Tikol, D., and Loui, Al., 2001. Tshifrov capital. Da obuzdaesh silata na biznes mrezhite. Sofia: Klasika i stil.
11. UNCTAD, 2015. Information economy report 2015. [online] Available at: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1146> [Accessed: 13 April 2015].
12. Varbanov, P., Sv., 2015. Potentshialut na sotshialnite medii v bisnesa na kompaniite. Busnes praktika, 2015(3), p. 17.
13. Veselinova, N., Sv., 2012. Firmena politika za izpolzване na e-buznesa – distributshionni varianti. Busnes upravlenie, 2012(1), p. 61-78.