

Что такое электронная коммерция?

План курса

- 1. Что такое электронная коммерция**
- 2. Интернет и WWW - инфраструктура для электронной коммерции.**
- 3. Инструменты для электронной коммерции**
- 4. Программное обеспечение для электронной коммерции**
- 5. Проблемы безопасности**
- 6. Решение проблем безопасности**
- 7. Электронные платежные системы**
- 8. Маркетинг, продажа и продвижение товара на рынок.**
- 9. Электронная коммерция и организация производства.**
- 10. Web-аукционы, виртуальные сообщества и web-порталы.**
- 11. Международные, законодательные, этические и налоговые проблемы.**
- 12. Бизнес-план для проектов электронной коммерции.**

Литература

Основная литература - Gary P. Schneider, James T. Perry, Electronic Commerce // Thomson Learning, 2000.

Bryan Pfaffenberger Building a strategic Extranet // IDG books worldwide

Efraim Turban, Jae Lee, David King, H. Michael Chung Electronic commerce - A managerial perspective // Prentice Hall

С. Афонина Электронные деньги // Питер - 2001

И.Т. Балабанов Электронная коммерция // Питер - 2001

Пример

В 1994 г. молодой финансовый аналитик Jeff Besoz заинтересовался быстрым ростом Интернет. Он составил список из 20 типов товаров, которые, по его мнению, должны хорошо продаваться через Интернет. После тщательного анализа он решил, что первое место в этом списке занимают книги.

5 лет спустя годовой объем продаж созданной им компании Amazon.com достиг \$600 млн. Besoz не был специалистом в области продажи книг, но он представлял себе, что книга является недорогим товаром и часто представляет собой импульсивную покупку.

Каждый год в мире печатается около 4 млн заглавий книг, причем более 1 млн - на английском языке. Издательств множество, монополии в этой области нет. Но любой, самый крупный магазин продает не более 200 тыс.. заглавий.

Besoz разместил свою фирму в Сиэтле, в регионе, богатом программистами и поблизости от крупнейших в мире складов книг.

Пример

Он организовал обратную связь со своими покупателями, собирая информацию как об издаваемых книгах, так и о покупательских интересах. Было создано виртуальное сообщество покупателей.

Besoz организовал взаимовыгодную связь (взаимные гиперссылки с последующим отчислением процента от продаж) с сайтами, например, продающими игрушечные железные дороги и т.п.

С 1998 г. Amazon.com стал продавать также CD и видеофильмы, а также предоставлять информацию о планируемых публикациях.

Amazon.com является примером Интернет-фирмы, созданной “с нуля”.

Что такое электронная коммерция?

- **Электронная коммерция и электронный бизнес**
- **EFT (Electronic Fund Transfer) и EDI (Electronic Data Interchange)**, с 1960-х гг.
- **Стандарты для форматов обмена данными**
- **Связь через выделенные телефонные линии и частные специализированные сети (VAN - value added network)**
- **Традиционная и электронная коммерция**

Традиционная коммерция

- Возникла благодаря разделению труда
- **Коммерция**, или ведение бизнеса, представляет собой обмен товарами или услугами между, по крайней мере, двумя сторонами и включает все виды деятельности, которые каждая из сторон предпринимает для совершения сделки.
- Традиционная коммерция с точки зрения продавца и покупателя
- Бизнес-процессы

Identify specific need

*The bus is running late.
I need to find a faster way
to get to work!*



Search for products or services that will satisfy the specific need

Select a vendor



Negotiate a purchase transaction, including:
• Delivery logistics
• Inspection, testing, and acceptance



Make Payment

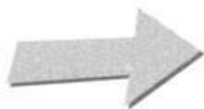


Perform regular maintenance and make warranty claims



Традиционная коммерция: точка зрения покупателя

Conduct market research to identify customer needs



Create product or service that will meet customers' needs



Advertise and promote product or service

Super-Fast!



Super-Cheap!

Negotiate a sale transaction, including:

- Delivery logistics
- Inspection, testing, and acceptance



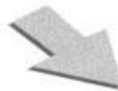
Ship goods and invoice customer



Receive and process customer payments



Provide after-sale support, maintenance, and warranty services



Традиционная коммерция: точка зрения продавца

Электронная коммерция

- Коммерция всегда активно использовала результаты **научно-технического прогресса**: такие, как изобретение книгопечатания, паровой машины, телефона и т.п.
- Использование средств электронных коммуникаций в до-интернетную эпоху
- Интернет-коммерция
- **Электронный бизнес** - это преобразование ключевых бизнес-процессов посредством использования **Интернет-технологий** (определение, используемое IBM)

Бизнес-процессы, хорошо приспособленные для

Электронной коммерции

Продажа книг и CD

Online-доставка
программного
обеспечения

Реклама транспортных
услуг

Информация о товаре в
пути

Традиционной коммерции

Продажа модной
одежды

Продажа
скоропортящихся
продуктов

Продажа мелочей

Продажа ювелирных
изделий и антиквариата

Комбинирования электронной и традиционной коммерции

Продажа автомобилей

Банковские услуги

Капиталовложения

Страховые услуги

Преимущества э-коммерции для фирмы

- Расширяет рынок до **интернациональных** размеров
- **Сокращает** затраты на ведение **бумажной** документации
- Возможность создания очень **специализированного** бизнеса, высокий уровень **приспособления** к потребностям пользователя
- Сокращает **запасы** - снабжение pull-типа
- Иницирует **реинжиниринг** бизнес-процессов
- Сокращает **телекоммуникационные** затраты
- Главное преимущество - **ускорение** процесса обмена **информацией**

Преимущества э-коммерции для потребителя

- Э-магазины работают **24 часа** в сутки, **7 дней** в неделю, круглый год, покупатель может быть в любом месте земного шара.
- Больше **возможностей** выбора и сравнения
- **Низкие цены**
- Мгновенная **доставка** цифровых продуктов
- **Виртуальные аукционы**
- **Виртуальные сообщества**

Преимущества э-коммерции для общества

- Э-коммерция позволяет большому количеству людей **работать дома**, что уменьшает **транспортные потоки, загрязнение воздуха** и т.п.
- Низкие цены повышают **жизненный уровень** покупателей
- Выгоды для жителей **развивающихся** стран, в том числе возможность получения **дистанционного образования**
- Облегчает доставку **социальных** услуг, в т.ч. здравоохранения, образования, особенно в сельской местности.

Технические препятствия для э-коммерции

- Проблемы **безопасности**, отсутствие стандартов
- Низкие **пропускные** способности каналов связи
- ПО слишком быстро **развивается** и меняется
- Сложно **интегрировать** ПО для э-коммерции со старыми программными продуктами
- Необходимость сложных и дорогих **технических** средств (Web-серверы и прочая инфраструктура)

Нетехнические препятствия для э-коммерции

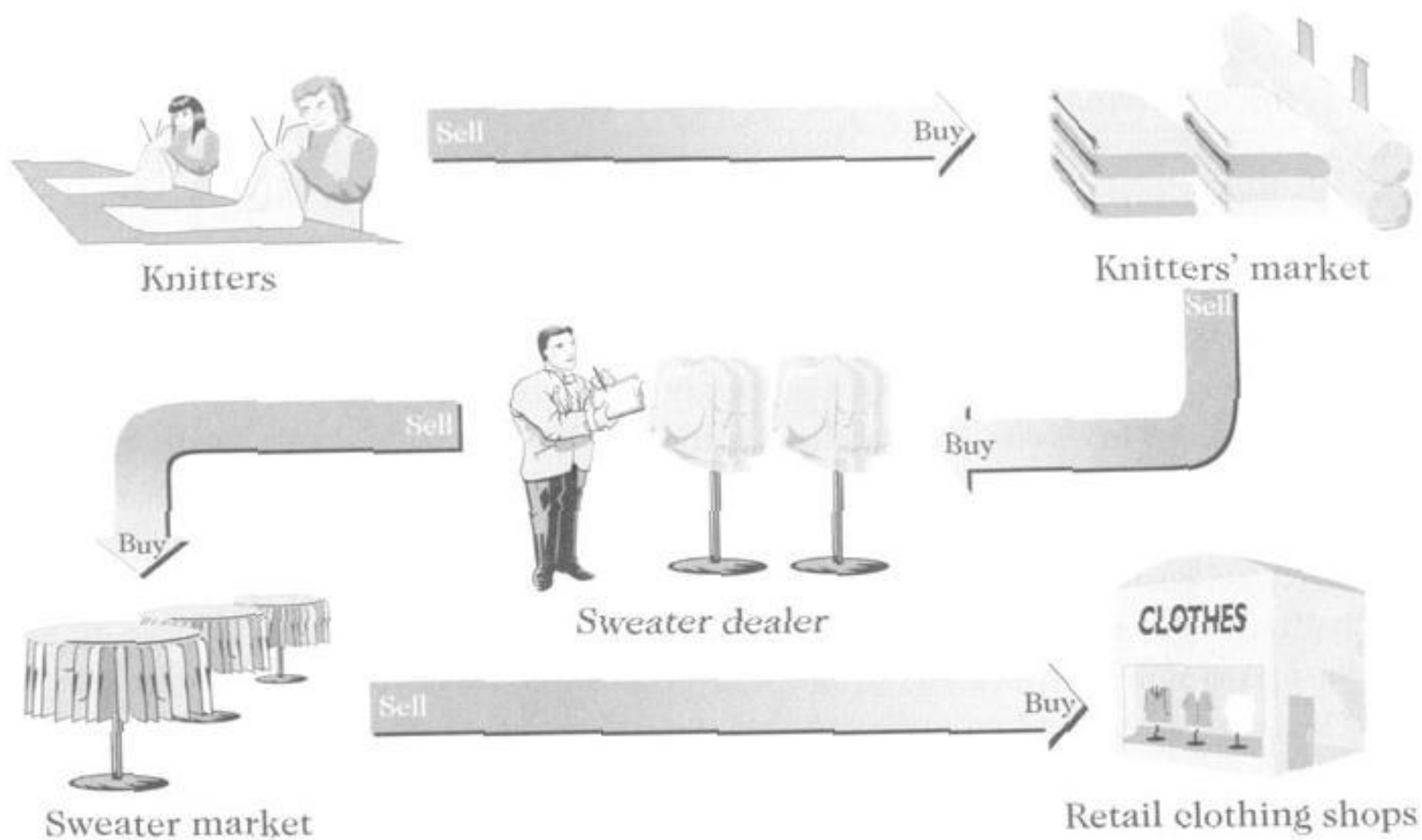
- **Затраты на внедрение проектов э-коммерции и отдача от них (34,8%)**
- **Секретность и защита (17,2%)**
- **Нехватка доверия и сопротивление потребителя (4,4%)**
- **Невозможность «пощупать» товар в электронном магазине**
- **Нерешенные правовые вопросы**
- **Недостаток служб поддержки**
- **Э-коммерция сокращает личное человеческое общение**
- **Недостаточный доступ к Интернету**

Формы экономической организации:

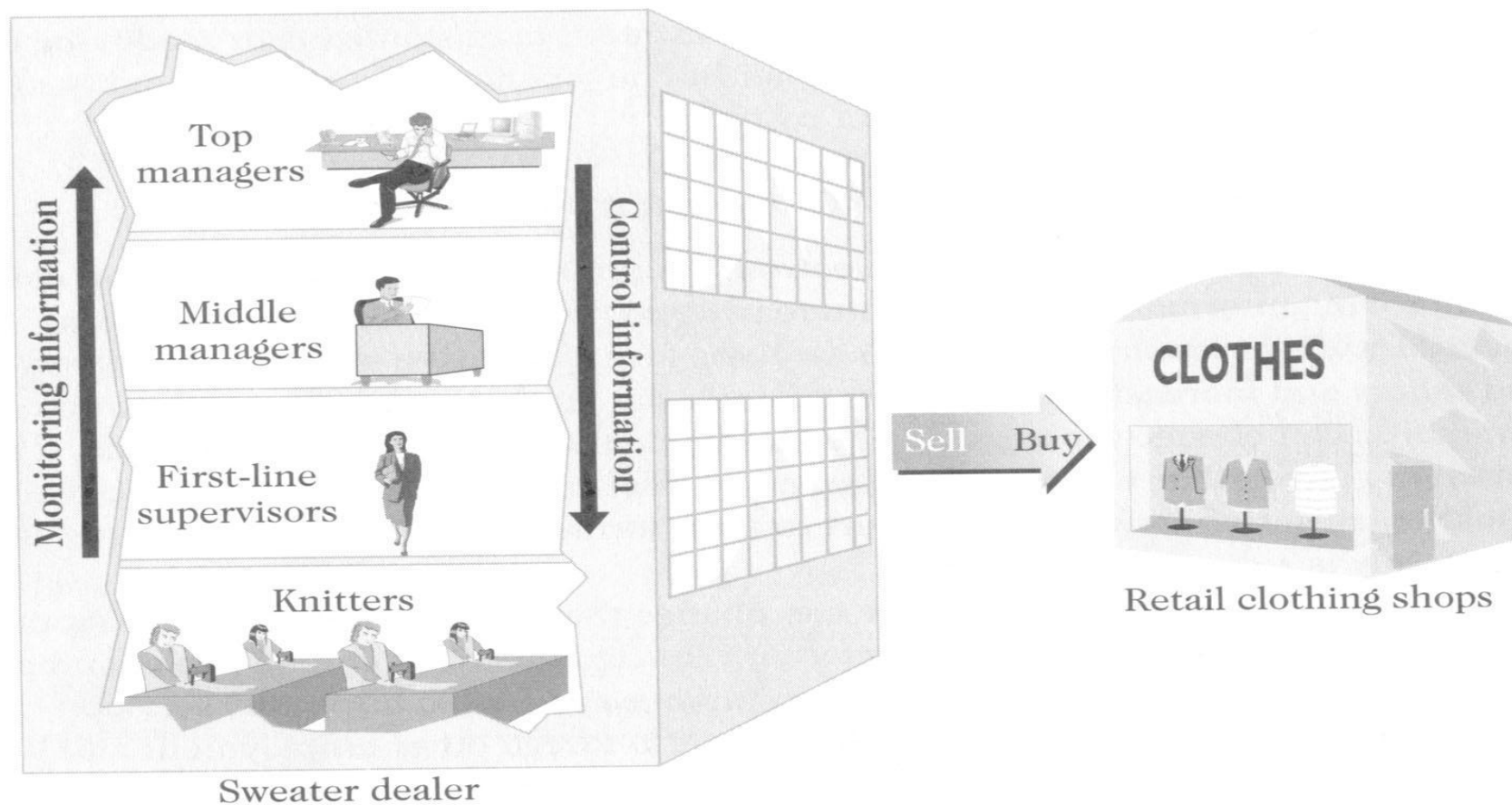
- Рынок
- Иерархическая структура
- Сеть

Ronald Coase, 1937 – нобелевский лауреат, исследовавший причины возникновения иерархической структуры экономической организации.

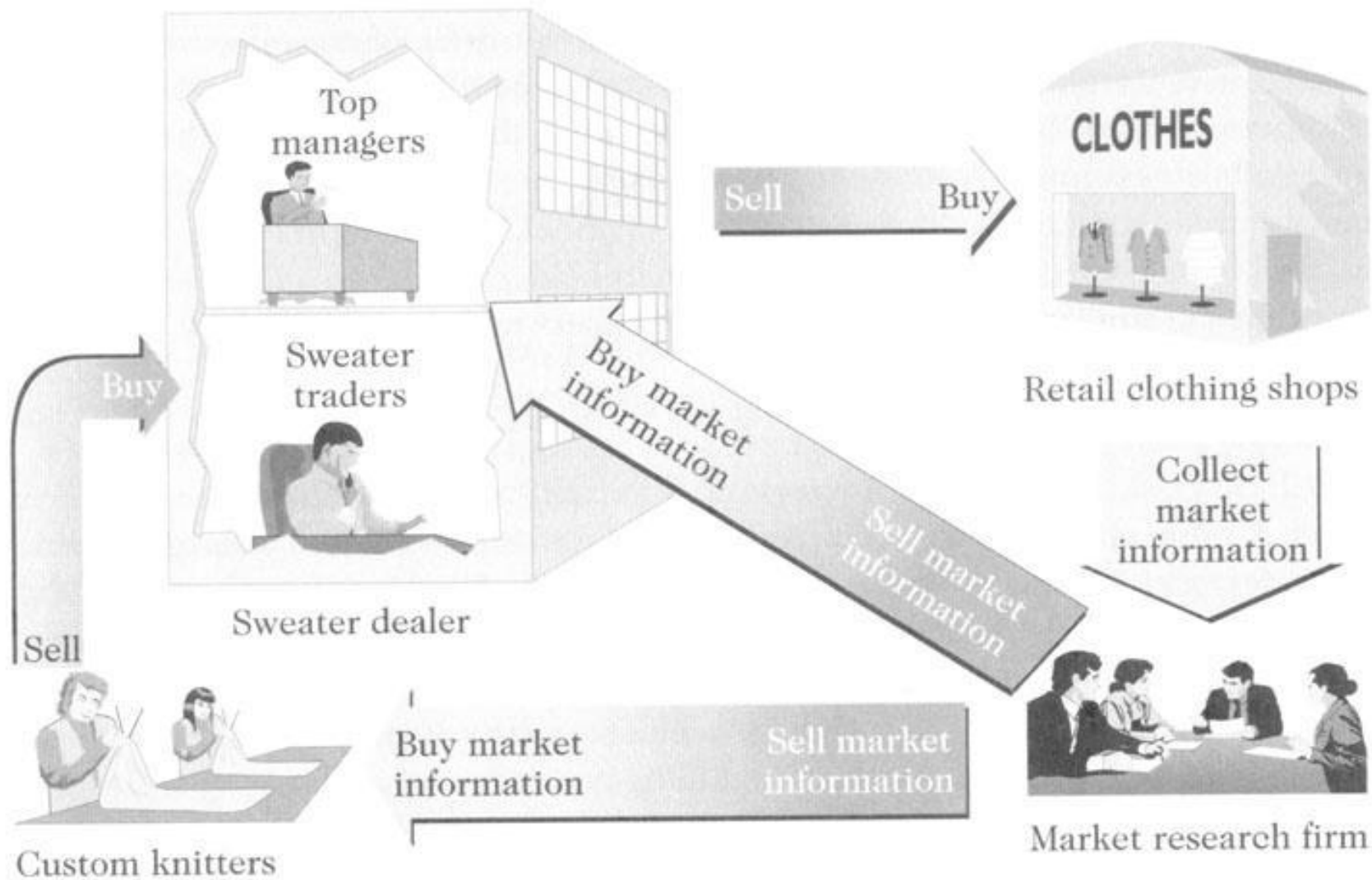
Transaction costs – общая стоимость, которую покупатель или продавец затрачивает на сбор информации и совершение сделки.



Формы экономической организации: рынок



**Формы экономической организации:
иерархическая структура (фирма)**



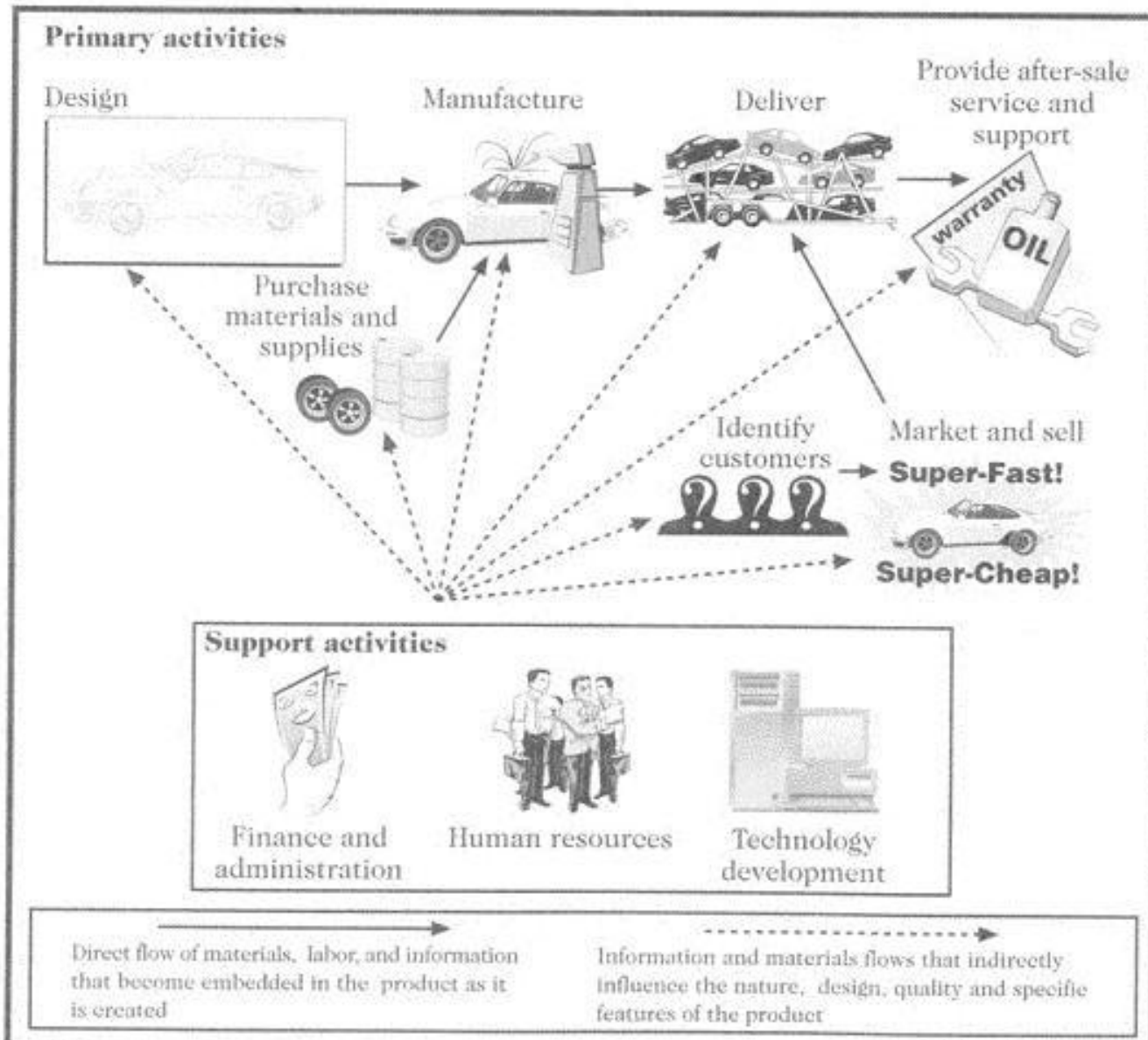
Формы экономической организации: сеть

Value chain

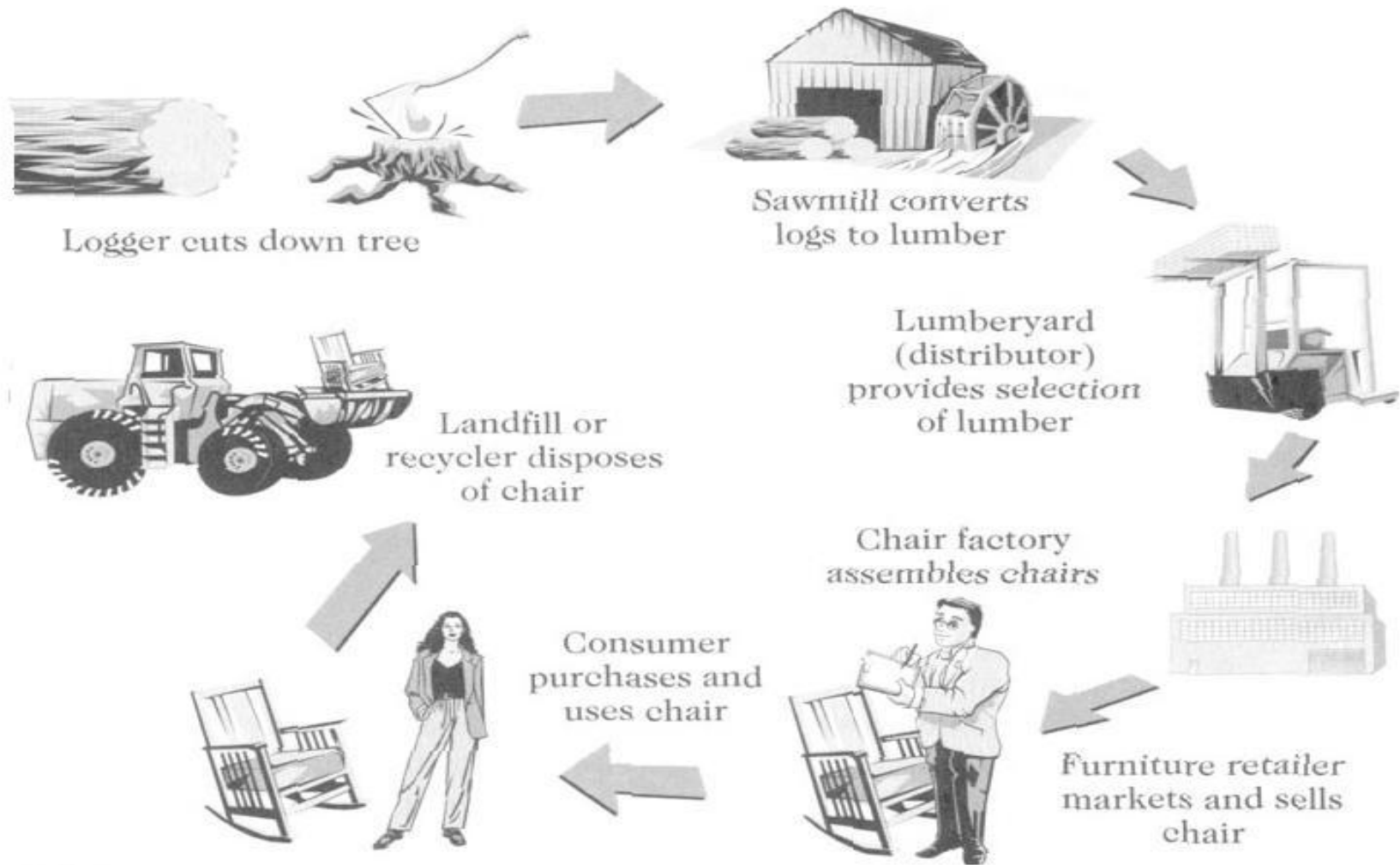
- Бизнес-единица (business unit) – комбинация продукта, канала распределения и типа потребителя.

Michael Porter, 1985 – идея стоимостной цепочки.

Value chain – это способ организации деятельности, которые каждая бизнес-единица предпринимает для дизайна, производства, продвижения, продажи, доставки и поддержки своих товаров и услуг.



Value chain



Industrial value chain