



ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

КУРС ЛЕКЦИЙ

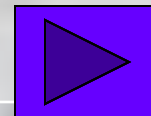
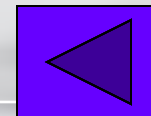
Электронный бизнес и электронная коммерция

- Лекция 1 Электронный бизнес и его виды
- Лекция 2 Эволюция электронного бизнеса
- Лекция 3 Сетевая экономика и особенности ведения в ней бизнеса
- Лекция 4 Электронная коммерция как форма ведения бизнеса
 - Информационный продукт

ДАЛЕЕ

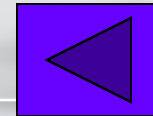
Лекция 1: Электронный бизнес и его виды

- Цель: использование преимуществ компьютерных сетей (удобство, доступность, глобальный охват) не только для расширения возможностей традиционного бизнеса, но и для создания новых виртуальных видов бизнеса.
- Суть: все стороны деловых отношений, включая торговлю, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку клиентов и партнеров, обусловлены созданием и функционированием информационных сетей, в том числе и Интернета. Т.е. обеспечивается непрерывное общение с каждым поставщиком, партнером и клиентов, зачастую всех друг с другом.



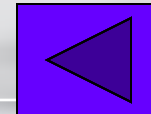
Электронный бизнес с учетом вовлеченных субъектов можно условно разделить на категории:

- В рамках одной организации;
- В рамках нескольких организаций;
- Для потребителей.



В рамках одной организации

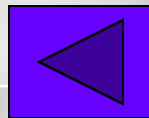
- Возможен с помощью так называемой сети интранет
- Интранет представляет собой корпоративную сеть, использующую технологии Интернета для передачи информации с минимальными затратами времени, усилий и денег.
- Преимуществом интрасети является ее способность обеспечивать взаимодействие в рамках всей организации (компании).
- Кроме того, интранет предоставляет огромные возможности для взаимодействия и помогает создавать динамичные и продуктивные команды. Такая корпоративная сеть существенно улучшает бизнес-процессы и изменяет способы общения людей.
- К тому же средства автоматизации делопроизводства, которые появляются с внедрением интрасети, модернизируют и упрощают бизнес-процессы.



В рамках нескольких организаций

Осуществляется с помощью .
экстрасети.

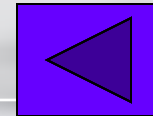
- Экстрасеть представляет собой электронный обмен деловой информацией в структурном формате, происходящий между партнерами по бизнесу.
- Она поддерживает обработку огромных объемов данных при передаче их с одного компьютера на другой, используется обычно для установления связей с потребителями, поставщиками, деловыми партнерами и другими группами людей, имеющими отношение к эффективной деятельности организации.



- Экстрасети сокращают расстояние между партнерами, позволяют обходиться без многочисленных посредников (оптовиков, дилеров).
- Внедрение экстрасети подразумевает преобразование бумажных документов в электронный формат.
- По существу эстрасеть является мостом между общедоступным Интернетом и частной корпоративной интрасетью.
- Концептуально экстрасеть, представляет собой виртуальную сеть внутри Интернета с "высокими стенами" для защиты от нежелательного проникновения. Реализация концепции экстрасети влияет на способы ведения бизнеса в коммерческой организации и изменяет структуру издержек различных видов деятельности.

Для потребителей

- Развиг лучше других.
- Интернет представляет собой универсальную глобальную сеть, которая с каждым днем становится все более повсеместной.
- Преимущества Интернета в том, что он имеет большее отношение к информации и связи, чем к самой технологии.
- Это одновременно и среда, и рынок.
- Она позволяет существенно снизить затраты на выполнение операций и осуществление связи. Ее влиянию практически невозможно противостоять, и это вынуждает все виды коммерческих организаций пересматривать свою деятельность и перспективы развития.



С учетом сферы деятельности организации можно выделить несколько частей электронного бизнеса, связанных с Интернетом:

- бизнес на Интернете (Интернет-провайдинг, сервис-провайдинг, контейн-провайдинг);
- бизнес вокруг Интернета (поставка технических средств, поставка программных средств, Web-дизайн, программирование и сопутствующие услуги);
- бизнес в Интернете (Интернет-реклама, Интернет-маркетинг, электронный аукцион, электронный магазин и т. д.).

Понятие электронного бизнеса достаточно широкое и включает разные виды деятельности

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Электронное
банковское
дело

Электронная
коммерция

Электронные
НИОКР

Электронный
франчайзинг

Электронное
казино

Электронное
обучение

Электронные
брокерские
услуги

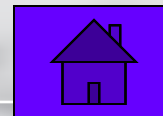
Электронное
страхование

Преимущества Интернета:

- предлагает глобальный доступ и глобальные рынки, расширяет клиентскую базу;
- позволяет улучшить деловые контакты (особенно на оптовых рынках);
- дает возможность покупателям получать бесплатные образцы товаров (программные продукты, музыкальные файлы и т. д.);
- снижает затраты за счет оперативного изменения цен;
- уменьшает число смен носителей информации, требуемых для передачи данных;
- сокращает время выхода товара на рынок, ускоряя процесс адаптации коммерческой организации к изменениям на рынке;
- повышает уровень приверженности потребителей торговой марке за счет улучшения качества обслуживания в сети.

ЭБ помогает решать следующие задачи:

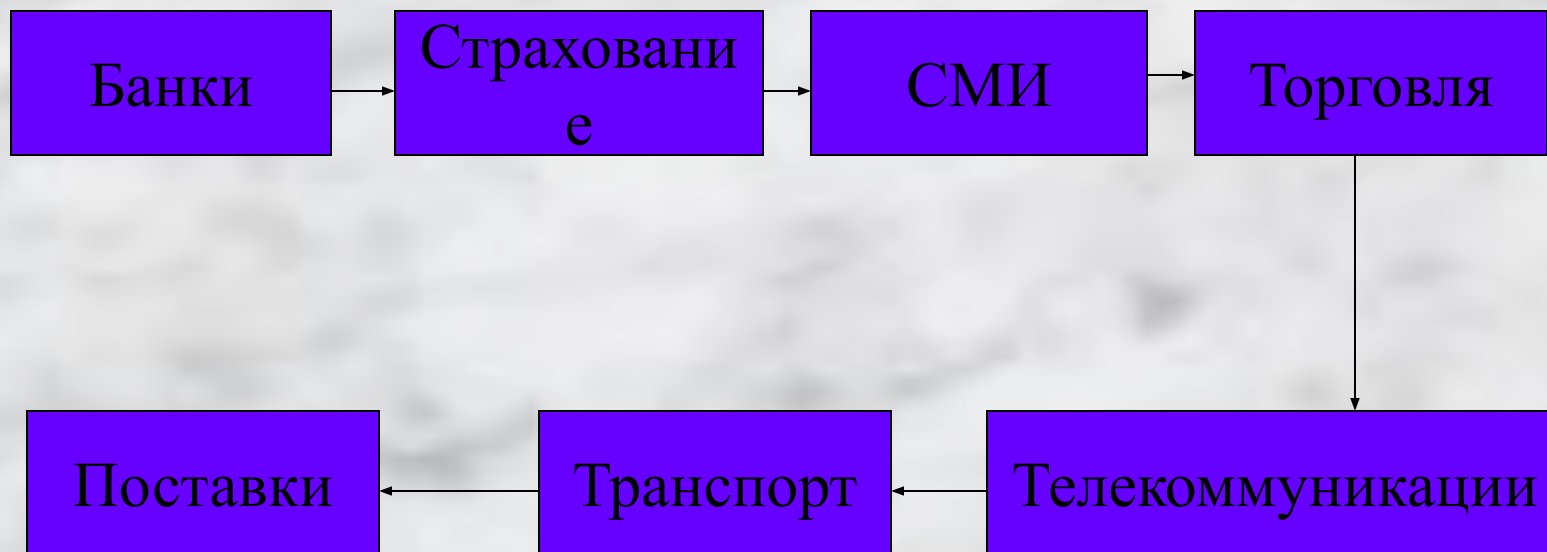
- выходить на новые рынки;
- создавать новые товары или услуги;
- формировать доверие потребителей;
- увеличивать человеческий капитал;
- в максимальной степени использовать возможности существующих и появляющихся технологий;
- добиваться ведущего положения на рынке и конкурентного преимущества.



Лекция 2: Эволюция электронного бизнеса

- Электронный бизнес, электронная коммерция - это новые способы ведения бизнеса, глобальны, и динамичны, состоят из операций, происходящих одновременно во времени и пространстве.
- Они ставят человека в центр внимания, и информация как ресурс становится избыточной и неограниченной.
- Электронный бизнес предполагает осуществление операций с использованием современных информационных технологий.
- Первоначально такие технологии стали использовать банки, потом страховые компании, средства массовой информации, издатели для продажи книг, телекоммуникаций, транспорта, поставщики, электронное правительство.

Сферы распространения электронного бизнеса



Первый этап развития ЭБ (1994 - 1998)

Название	Определение	Особенности
Web - маркетинг	Наличие Web-сервера, предоставляющего информацию о компании, ее продуктах и услугах Предоставление информации со стороны поставщика автоматизировано, однако для приема заказов необходимо участие человека	Один поставщик - много клиентов Центр - поставщик Электронные каталоги Клиенты просматривают документы Изолированная служба Основа- Web (HTML) Главный принцип — опрос

Второй этап развития ЭБ (1998 - 1999)

Название	Определение	Особенности
Электронная коммерция	Наличие Web-сервера, предоставляющего деловые услуги (например, размещение и контроль прохождения заказов) Со стороны заказчика автоматизированы как предоставление информации, так и прием заказов, однако для интеграции информации в системы принятия решений заказчика требуется участие	Один поставщик — много клиентов Центр – заказчик Ввод заказов с помощью Браузера Начальный уровень настройки под заказчика Интеграция с внутренней информационной системой Основа — Web Проблемы: информационная перегрузка необходимость участия человека в интеграции информации масштабируемость и гибкость поддержка информационно-технического отдела

Третий этап развития ЭБ (2000 -)

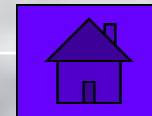
Название	Определение	Особенности
Интеграция с информационной системой заказчика	Интернет - системы, обеспечивающие информационное обслуживание интегрированных приложений Автоматизированная интеграция информации на стороне заказчика для принятия наилучших решений Участие человека сводится к интеллектуальной деятельности и оптимизации принятых решений	Много поставщиков -много клиентов Центр — заказчик Сбалансированная архитектура Службы (приложения) электронного бизнеса, интегрированные с приложениями и процессами заказчика Основа - Интернет, управление на базе событий Слабо связанные приложения и службы (построенное соединение не требуется) Полная интеграция на всех уровнях



Лекция 3 СЕТЕВАЯ ЭКОНОМИКА И ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ В НЕЙ БИЗНЕСА

Сетевая экономика представляет собой сетевую системную организованную пространственную структуру взаимоотношений экономических субъектов, находящихся в любой точке этой структуры.

Существование сетевой экономики связано не с внедрением сколь угодно большого количества компьютеров, а с коммуникациями с помощью этих компьютеров.



Сетевая экономика имеет следующие особенности, существенно отличающие ее от традиционной экономики:

- перемещения людей заменяются перемещением информации и товаров. Производство организуется в стране, потребляющей товары, которые имеют устойчивый спрос;
- усиливается конкуренция на рынке труда;
- повышается роль домашнего умственного труда;
- увеличивается динамика смены бизнес-партнеров;
- выравниваются информационные возможности крупных и мелких коммерческих организаций;
- повышается оперативность принятия решений;
- внедряется управление на коллективной и равноправной основе;
- появляются новые формы расчетов.

Сетевая экономика имеет преимущества

Общедоступность

Глобальность

Экстерриториальность

Интерактивность

Анонимность

Быстрота оборота

Массовый рынок

Низкие операционные расходы

Наряду с преимуществами для сетевой экономики характерны и недостатки, заключающиеся в следующем:

- риски трудно рассчитываются, так как носят глобальный характер;
- выделить главные факторы риска часто не представляется возможным;
- экономическая ситуация меняется очень быстро и решения должны быть оперативными;
- обеспечивать информационную безопасность становится все труднее;
- высока вероятность технологических рисков;
- потенциальное недоверие к контрагенту;
- отсутствует юридический статус виртуального предприятия.

Правила сетевой экономики

- 1. Сетевая экономика рождается во взаимодействии двух процессов: уменьшения размера чипов (специально функционирующих микросхем) и резкого увеличения количества связей между ними.
- 2. В сетевой экономике ценность продуктов труда зависит от их количества.
- 3. Для сетевой экономики характерен экспоненциальный рост, определяемый функцией $y=e^x$.
- 4. В любом бизнесе - индустриальном или сетевом - есть переломная точка, после которой он сам себя начинает поддерживать.
- 5. Один из основных законов сетей - закон увеличивающихся отдач. Новые участники увеличивают объем сети, а он, увеличиваясь, вовлекает новых участников.
- 6. В сетевой экономике стоимость одного вычисления, информации, копии документов снижается при повышении качества коммуникаций.

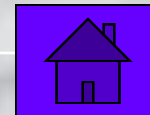
Правила сетевой экономики (продолжение)

- 7. Если сервис становится более ценным при его распространении (правило 2), а стоит он тем меньше, чем более ценным становится (правило 6), то логично сделать вывод, что самыми ценными должны быть те вещи, которые бесплатны.
- 8. Одно из основных свойств сети - это то, что у нее нет ни определенного центра, ни четких границ.
- 9. Любая экономика, особенно сетевая, основана на множестве тесных связей, что заставляет ее вести себя как экологическая система.
- 10. Происходит замещение материальных ценностей информацией, благодаря чему вещи как бы теряют массу, "умнеют", обмениваются информацией, легко управляются и становятся членами сетевой экономики.
- 11. Последние экологические исследования показали, что в природе нет и не может быть баланса и равновесия. Эволюция — это постоянное разрушение и созидание, замена одних видов другими, адаптация и взаимопревращение. То же самое происходит и в сети: создание и закрытие организаций, прием на работу и увольнение.
- 12. Развитие технологий вовсе не приводит к росту производительности.



Лекция 4 ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ФОРМА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

- В основу электронной коммерции положена электронная обработка и передача информации с помощью текста, звука, видео. Она охватывает много **направлений деятельности**, в том числе *электронную торговлю товарами и услугами, онлайн-передачу цифровой информации, электронную торговлю акциями, электронный перевод счетов, коммерческие аукционы, совместные проекты и инжиниринг, публичные поставки, прямое исследование рынка потребителей и послепродажное обслуживание. Она вовлекает в торговый оборот продукты (например, потребительские товары, специализированное медицинское оборудование) и услуги (информационные услуги, финансовые и законодательные услуги), традиционную деятельность (здравоохранение, образование) и новые виды деловой активности (электронную почту).*
- *На основе рассмотренных подходов к толкованию понятия "электронная коммерция" можно определить **электронную коммерцию** как технологию совершения коммерческих операций и управления производственными и иными процессами в коммуникационной среде с использованием современных информационных технологий.*



Влияние электронной коммерции

- она дает возможность организовывать доставку товаров (услуг), предоставлять информации и платежи по сети;
- позволяет осуществлять различного рода информационный и операционный обмен между субъектами рынка;
- Означает деятельность, связанную с проведением коммерческих операций с помощью электронных средств и сетевых соединений. Управление процессами осуществляется также с помощью сетей;
- используются самые разные носители информации (данные, тексты, Web-страницы, звук, видео);
- она является деятельностью на глобальном рынке;
- включает применение технологии электронного обмена данными, электронной почты, электронных платежей, необходимых для нормального проведения коммерческих операций.

Коммерческая деятельность включает следующие сделки:

- торговые сделки на поставку товаров или услуг либо обмен товарами или услугами;
- дистрибьюторские соглашения;
- коммерческое посредничество и агентские отношения;
- представление консультативных услуг;
- инжиниринг;
- лизинг,
- инвестирование;
- банковские слуги;
- страхование;
- совместные предприятия и другие формы предпринимательского сотрудничества.

Составляющие электронной коммерции

Участники:

государственные
органы,
субъекты
хозяйствования,
потребители

Сети:

корпоративные,
Интернет,
коммерческие,
экстранет

Процессы:

исследование
рынка,
продажа, расчеты,
поддержка,
страхование
и др.

ЭК

Модель
коммерческой
сделки

ЭК объединяет широкий спектр бизнес-процессов:

- обмен информацией;
- установление контактов между потенциальными заказчиками и поставщиками;
- продажа товаров, в том числе и информационных продуктов, и оказание услуг;
- расчеты, в том числе с использованием электронных платежных систем;
- управление доставкой, в том числе передача информационных продуктов;
- пред- и послепродажная поддержка;
- организация виртуальных предприятий.

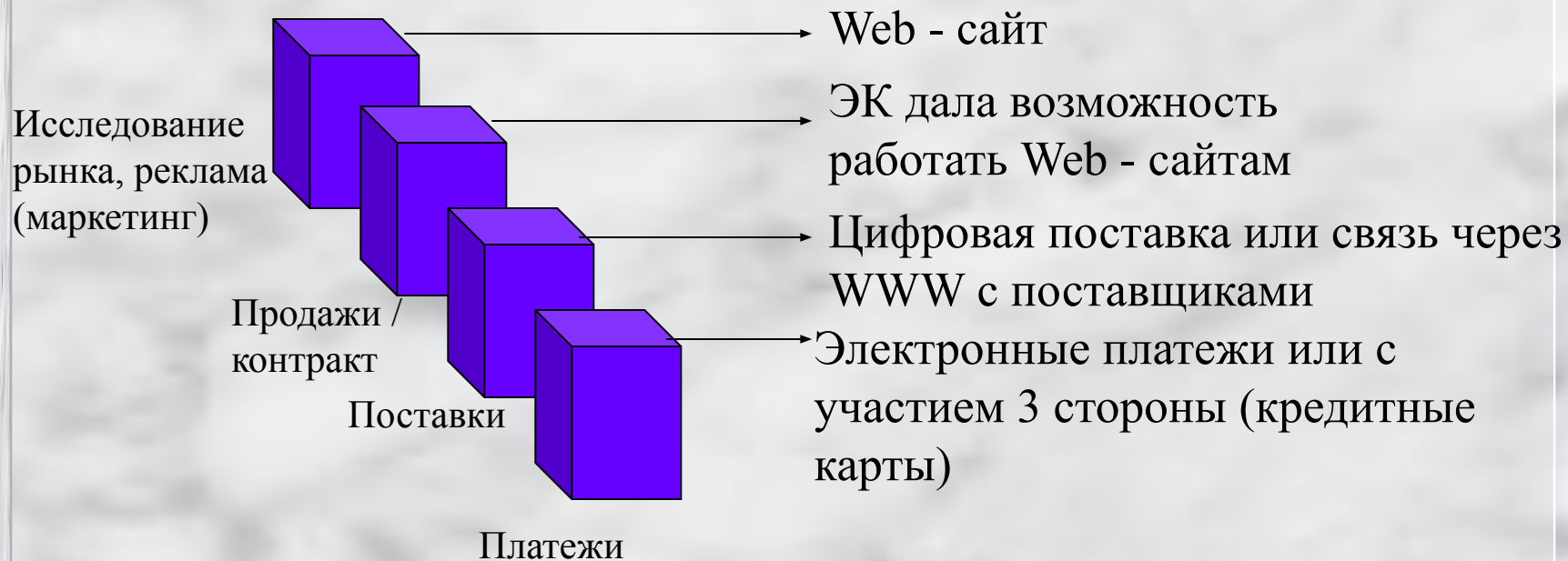
Преимущества ЭК

- Продвижение товара
- Снижение издержек
- Своевременность информации
- Единообразие информации
- Улучшение уровня обслуживания клиентов
- Ускорение перевода денежных средств
- Ориентирование товаров на потребителя
- Улучшение взаимоотношений с клиентом
- Достижение конкурентных преимуществ
- Отсутствие ограничений для ведения бизнеса

Модели ЭК

- Горизонтальная позволяет оценить структуру технологии ЭК с точки зрения организации (предприятия).
- Необходимые инструменты
- Вертикальная подчеркивает действенную роль различных вовлеченных сторон (правительства, госорганы, предприятия) в создании условий для развития ЭК в представляемых ими странах.
- Характеристика

Необходимые инструменты горизонтальной модели

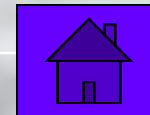


Характеристика вертикальной модели

Уровень вертикальной модели	Центр внимания	Основные инструменты (лидеры)	Дополнительные инструменты (помощники)
Применение и реализация корпоративных стратегий	Практическое внедрение в системах (бизнес - бизнес, бизнес-потребитель, бизнес - правительство)	Предприятия и правительства	UNCNAD (Трэйд Роинт), Всемирный банк (WB), ITC (стимулирование экспорта, общественное обеспечение)
Правила отдельных отраслей	Отраслевые правила, специфические руководства, политика и стратегия развития отрасли	Отраслевые бизнес - группы, WTO, специальные организации (транспортные, туристические, банковские)	UNCNAD (тренды, обмен опытом, анализ), WB, OECD, ICC и т. д.
Основные правила	Общие правила руководства и политика развития электронной коммерции	WTO (торговля), WIPO (интеллектуальная собственность), UNCITRAL (типовые законы), ICANN (Интернет)	UNCNAD (вопросы развития, анализ, торговые вопросы), OECD (защита потребителей, размер налогов), бизнес- группы
Электронные сообщения	Стандартизированные протоколы и нормы	ISO, UNECE/CEFACT, ITU	UNCNAD (вопросы продвижения) национальные и региональные институты
Телекоммуникационная инфраструктура	Инфраструктура и оборудование	ITU, WB частный сектор правительства	UNCNAD вопросы регулирования передачи, обмена информацией.

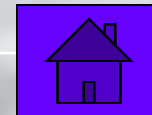
Электронная торговля

- Электронная торговля включает три операции: заказ; оплата; доставка.
 - Таким-образом, электронная торговля - это частный случай ЭК.
- При совершении коммерческих операций с использованием информационных сетей выделяют два вида электронной коммерции: частичную и полную.
- При *частичной*, например, клиент через соответствующий виртуальный магазин знакомится с предлагаемыми товарами и оплачивает выбранное при помощи кредитных карт, снабженных специальным кодом для защиты электронных транзакций. Доставка покупателю выбранного и оплаченного товара происходит традиционным образом.
- При *полной* электронной коммерции в качестве товара выступают объекты авторского и смежных прав - книги, видеофильмы, рукописи, т. е. информационные продукты, позволяющие выполнять все операции по коммерческой сделке электронным образом, включая доставку.



«информационный продукт»:

- И.Т. Балабанов дает следующее определение понятия **«информационный продукт»**: *это документированная информация, подготовленная в соответствии с потребностями пользователя. Другими словами, информационный продукт представляет собой материальную форму сведений, являющихся объектом хранения, переработки и передачи.*



Свойства информационного продукта:

- информационный продукт подвержен одному виду износа - моральному износу, в то время как материальные предметы — двум видам износа - моральному и физическому;
- в отличие от материального предмета он может быть использован одновременно несколькими людьми на разных предприятиях или в разных хозяйственных процессах;
- затраты на распространение, тиражирование первой единицы информационного продукта значительно превышают расходы на последующее его производство;
- быстрое старение информационного продукта. Информация - функция времени, поэтому она быстро стареет. Это требует оперативного использования полученного информационного продукта, т. е. он не может долго храниться;
- сильное влияние качества информационного продукта на всю систему управления. Чем менее точная информация, тем неопределеннее решение. Качество информации должно оцениваться при ее получении, а не при передаче.

Факторы, определяющие качество информационного продукта:

- *релевантность* (смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением);
- *пертинентность* (соответствие информационного продукта потребности в нем);
- *креативность* (возможная широта использования данного информационного продукта);
- *удобство в обращении*

Типы информационного продукта:

- требующий действия (заказ клиента на конкретный товар или действие);
- не требующий действия (отчеты, материалы печатных изданий);
- повторяющийся (информация, поступающая через равные промежутки времени, — отчет по финансам, отчет по маркетинговым исследованиям);
- не повторяющийся (результат анализа на конкретную дату).

Быстрому развитию электронной коммерции,
проникновению ее во все сферы деятельности
способствует следующее:

- *Мощные цифровые технологии, влияющие на общую ситуацию в бизнесе*
- *Снижающаяся стоимость цифровых технологий*
- *Увеличение парка персональных компьютеров*
- *Сокращение издержек обращения и увеличение прибыли*
- *Присутствие на глобальном рынке*
- *Непрерывный режим работы*
- *Оперативность получения необходимой информации*

