



ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

КУРС ЛЕКЦИЙ

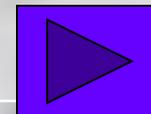
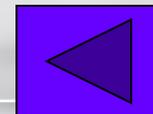
Электронный бизнес и электронная коммерция

- 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

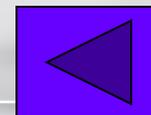
Лекция 1: Электронный бизнес и его виды

- 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.



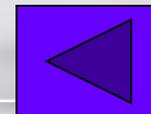
Электронный бизнес с учетом вовлеченных субъектов можно условно разделить на категории:

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



В рамках одной организации

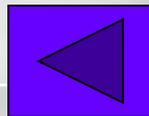
- Возможен с помощью так называемой сети интранет
- Интранет представляет собой корпоративную сеть, использующую технологии Интернета для передачи информации с минимальными затратами времени, усилий и денег.
- Преимуществом интрасети является ее способность обеспечивать взаимодействие в рамках всей организации (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.

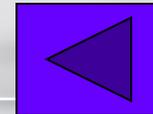
- Экстрасеть представляет собой электронный обмен деловой информацией в структурном формате, происходящий между партнерами по бизнесу.
- Она поддерживает обработку огромных объемов данных при передаче их с одного компьютера на другой, используется обычно для установления связей с потребителями, поставщиками, 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



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, онлайнową 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.

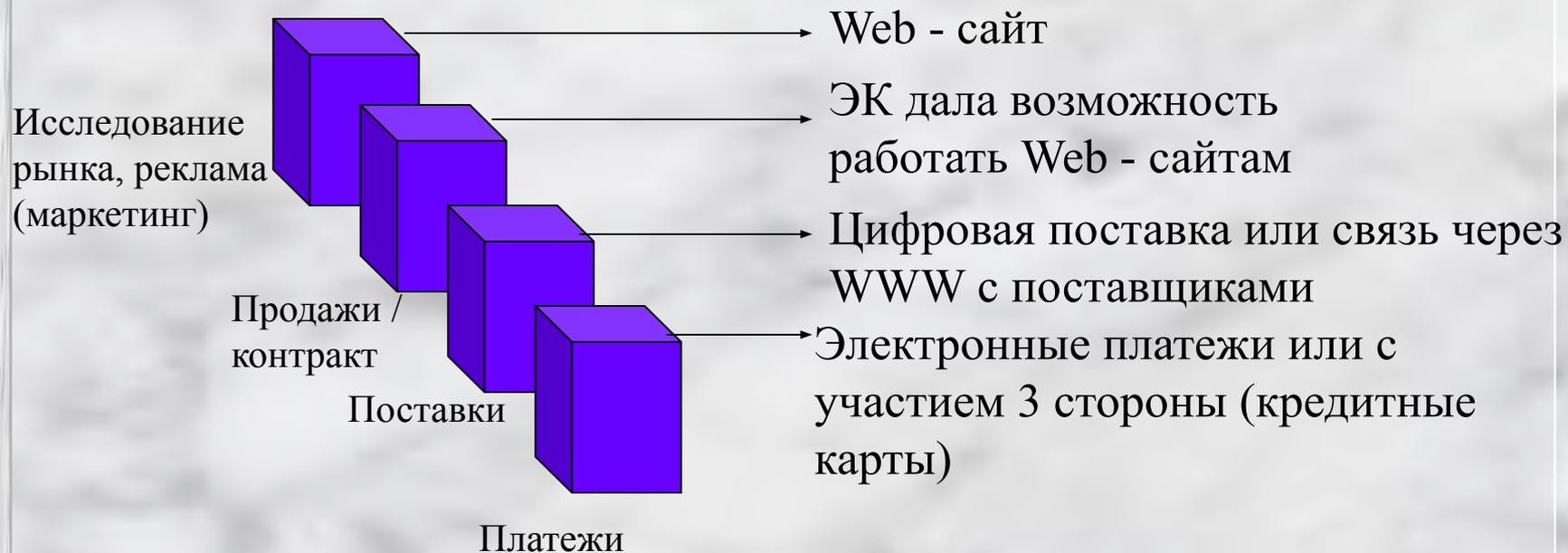
Преимущества ЭК

- 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*

