

ПРОДВИЖЕНИЕ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Лекция 1. Введение в электронный
бизнес

ПОНЯТИЕ ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ, ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

- Электрoнный бизнec (англ. Electronic Business), E-бизнес, И-бизнес, e-Business — бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем (ИС).
- Значительная часть решений использует Интернет-технологии для передачи данных и предоставления Web-сервисов. Впервые термин прозвучал в выступлении бывшего генерального директора IBM Луи Гёрстнера.

ПОНЯТИЕ ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ, ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

- Электронный бизнес – совокупное понятие для множества классов ИС, автоматизирующих коммерческую работу предприятия.
- Помимо электронной коммерции, ориентированной на взаимодействие с потребителем в сфере продаж, осуществляется поддержка всей цепочки создания добавленной стоимости предприятия.

- История электронного бизнеса уходит корнями в начало революции в сфере информационных технологий 1960-70х годов.
- Стремительное развитие ИКТ – собирательного названия отраслей микроэлектроники, компьютерной техники и телекоммуникаций – сделало возможным упростить и удешевить обмен данными между и внутри предприятий.
- Безбумажные технологии электронного обмена данными (EDI, далее ЭОД) начали внедрять крупные корпорации, чтобы снизить нагрузку и издержки документарной работы, а также повысить скорость обмена.

КЛАССЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕСА

- ERP (англ. Enterprise Resource Planning) – ИС управления ресурсами предприятия.
- CRM (англ. Customer Relationship Management) ИС управления взаимодействием с клиентами.
- BI (англ. Business Intelligence) – ИС сбора, анализа и представления бизнес информации.
- ECM (англ. Enterprise Content Management) – ИС управления информацией и документами на предприятии.
- HRM (англ. Human Resource Management) – ИС управления персоналом.
- SCM (англ. Supply Chain Management) – ИС управления цепочками поставок.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

- **Электронная коммерция (e-commerce)** — термин, используемый для обозначения коммерческой активности с помощью средств электронной передачи данных. Обеспечивает возможность осуществления покупок, продаж, сервисного обслуживания, проведения маркетинговых мероприятий путём использования компьютерных сетей.
- **Электронная коммерция (в широком смысле)** — предпринимательская деятельность по осуществлению коммерческих операций с использованием электронных средств обмена данными.
- **Объектами электронной коммерции** является то, на что направлена деятельность систем электронной коммерции. К ним можно отнести различные товары, услуги и информацию.

СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

1. По объектам и субъектам деятельности выделяют:

- B2B (бизнес – бизнесу),
- B2G (бизнес – государству),
- B2C (бизнес – клиенту),
- C2C (клиент-клиенту),
- G2B (государство – бизнесу).
- При этом существуют ещё разновидности:
- бизнес – администрации,
- администрация – бизнесу – это соответственно равно B2A и A2B.

2. По степени новизны деятельности предприятия в системе электронной коммерции:

- полностью новый, не существовавший ранее вид деятельности,
- новый вид деятельности для предприятия,
- реорганизованная существующая деятельность,
- прежняя деятельность с использованием новых возможностей систем электронной коммерции.

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

1. Субъекты электронной коммерции – участники и клиенты систем электронной коммерции: финансовые институты, бизнес-организации (коммерческие предприятия) и потребители.
2. Системы электронной коммерции: торговые, платежные, арбитражные и системы доставки.
3. Процессы в электронной коммерции:
 - ⊙ - исследование рынка,
 - ⊙ - продажа товаров, услуг, информации,
 - ⊙ - выполнение заказов,
 - ⊙ - расчеты по сделкам,
 - ⊙ - поддержка коммерческой деятельности, в частности, управление каталогом
4. Сети электронной коммерции: глобальная сеть Интернет, коммерческие и корпоративные.

ПРЕИМУЩЕСТВА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- **Для компаний**
- 1. Глобальное присутствие. Рамки электронной коммерции определяются не национальными границами, а распространением сети Интернет в мире. Это позволяет даже мелким компаниям заниматься бизнесом в мировом масштабе.
- 2. Увеличение конкурентоспособности. Компании используют технологии электронной коммерции для «приближения к заказчику». Они предлагают расширенную предпродажную и послепродажную поддержку, быстро могут реагировать на претензии клиентов.
- 3. Персонализация продаж. С помощью средств электронной коммерции компании могут получать информацию о запросах и требованиях каждого индивидуального заказчика и автоматически предоставлять товары и услуги, соответствующие их требованиям.
- 4. Быстрая реакция на спрос. Компании приспособляются к требованиям потребителей, могут быстро реагировать на их запросы и осуществлять «обратную связь».
- 5. Снижение издержек. Заключение сделки электронным путем уменьшает затраты на обслуживание. Это влечет за собой снижение цен для заказчиков.

ПРЕИМУЩЕСТВА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- Для клиентов (потребителей)
- 1. Глобальный выбор. Заказчики получают возможность выбора товаров и услуг из всех представленных мировых поставщиков.
- 2. Возможность быстрого сравнения предложений и обмена информацией с другими пользователями.
- 3. Удобство осуществления операций.
Возможность заказывать товары и осуществлять сделки в удобное для клиентов время.
- 4. Снижение цен. Потребители могут приобретать товары, услуги, информацию по более низким ценам
-

- Приведите примеры электронной коммерции