



Web технологии для управления бизнесом

Литература

1. Васильев Г. А., Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете. Учебное пособие, - М.: Юнити-Дана, 2012, -184с.
2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции, - М.: Лаборатория книги, 2012, -112с.
3. Интернет-технологии в экономике знаний: Учебник / Под ред. Н.М. Абдикеева. М.: ИНФРА-М, 2014. 448 с.
4. Юрасов А.В. Электронная коммерция – Изд. Дело, 2010. - 480 с.



Лекция 1

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС и ЕГО МЕСТО В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Информационные технологии

- **Информационная технология (ИТ)** – это система методов и способов сбора, передачи, накопления, обработки, хранения, представления и использования информации.

Информационные технологии в сфере экономики и управления позволяют переработать разрозненные исходные данные в надежную и оперативную информацию для принятия решений с целью достижения оптимальных рыночных параметров объекта управления

Информационные технологии практически могут реализовываться как в неавтоматизированном (традиционном или, по-другому, «бумажном»), так и в автоматизированном виде.

Степень *автоматизации* (автоматизация – это замена деятельности человека работой машин и механизмов) информационных технологий может меняться в широких пределах: от систем, в которых процесс управления полностью осуществляется человеком, до таких, где он реализуется автоматически.

Таким образом, *автоматизированная информационная технология* предполагает существование комплекса соответствующих технических средств, реализующих информационный процесс, и системы управления этим комплексом технических средств (как правило, это программные средства и организационно-методическое обеспечение, увязывающее действия персонала и технических средств в единый технологический процесс).

Поскольку средства компьютерной техники – это наиболее существенная часть технических средств для реализации современных автоматизированных информационных технологий, то обычно под «информационными технологиями», особенно под «новыми информационными технологиями», понимаются именно компьютерные информационные технологии.

Современная компьютерная информационная технология – это информационная технология, предполагающая использование персональных компьютеров и телекоммуникационных средств для доступа к удаленным базам данных и программам и наличие «дружественного» (то есть интуитивно-понятного) пользовательского интерфейса.

Пользовательский интерфейс – это среда взаимодействия пользователя и компьютерных программ. При упоминании о пользовательском интерфейсе имеют в виду, как правило, графический пользовательский интерфейс, где взаимодействие пользователя и компьютерных программ происходит через экранные кнопки и окна приложений (с помощью клавиатуры и мыши).

Структурные составляющие информационных технологий

Структура любой компьютерной ИТ представляет собой совокупность трех компонент:

1. комплекса технических средств, состоящего из средств вычислительной, коммуникационной и организационной техники;
2. комплекса программных средств, состоящего из системного (общего) и прикладного программного обеспечения;
3. организационно-методического обеспечения, включающего инструктивные и нормативно-методические материалы по организации работы управленческого и технического персонала в рамках конкретной автоматизированной ИТ

Компоненты компьютерной информационной технологии

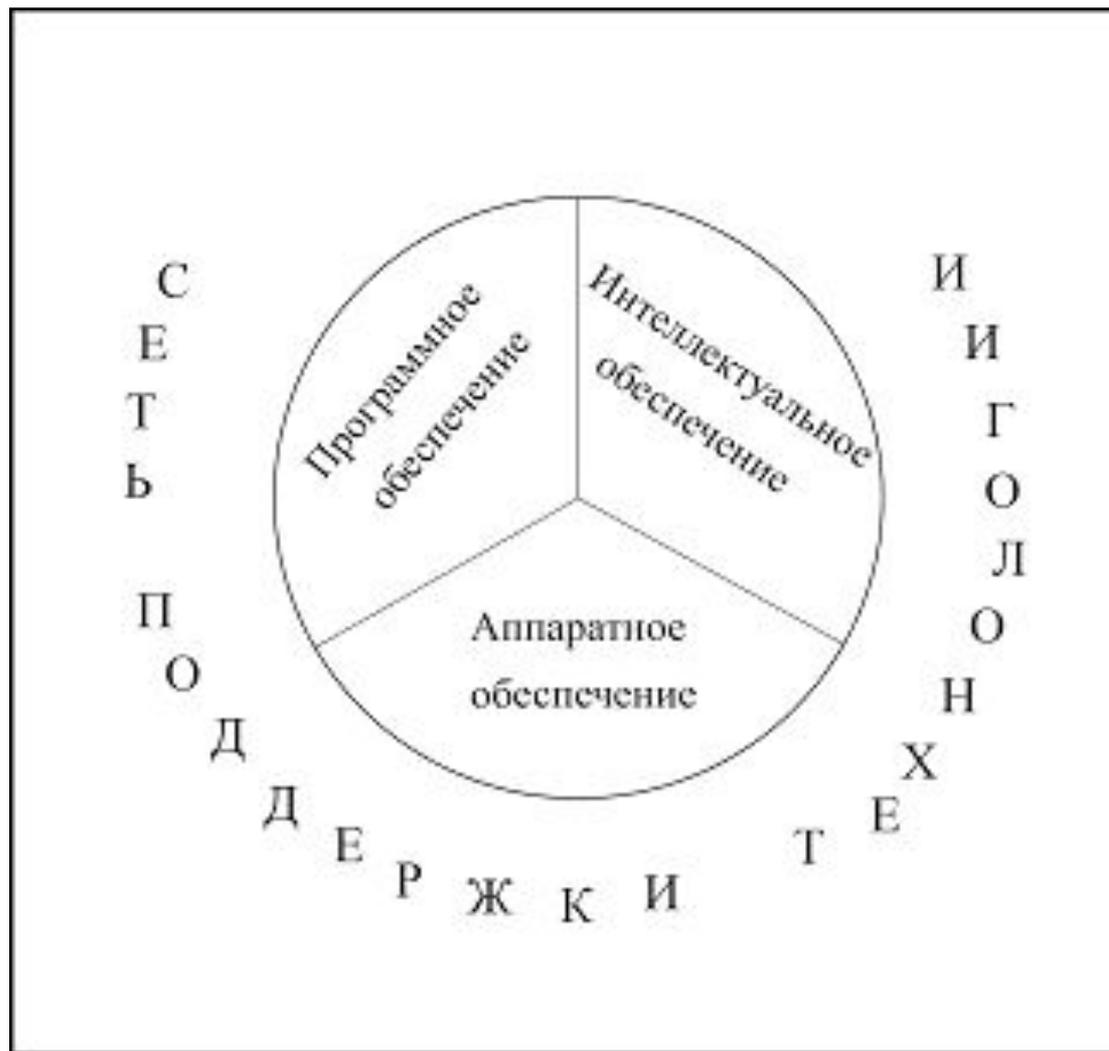


Структура автоматизированной ИТ

Любая ИТ также может быть разделена на 3 взаимозависимых и равнозначных компонента, составляющих ее ядро, и 4-й дополнительный компонент:

1. аппаратное обеспечение (Hardware);
2. программное обеспечение (Software);
3. алгоритмическое (интеллектуальное) обеспечение (Brainware);
4. сеть поддержки ИТ, инфраструктура (Infrastructure) – необходимые физические, административные и организационные структуры, культурные схемы, стандарты и критерии и т.д.

Структура ИТ, как совокупность ядра и сети поддержки ИТ



Информационная система (ИС)

Реализация ИТ возможна в определенной среде – информационной системе.

В рамках любой организации можно выделить управляющую часть (орган управления) и управляемый процесс (объект управления), составляющие в совокупности *систему управления*.

Чтобы управляющая часть могла осуществлять управление, т.е. оказывать на управляемый процесс воздействия, оформленные в виде конкретных решений, ей требуется сопоставлять фактическое состояние управляемого процесса с требуемым состоянием, достижение которого является целью управления (это может быть выживание в конкурентной борьбе, получение максимальной прибыли, выход на определенные рынки и т.д.). Для этого требуется получать информацию об управляемом процессе, следовательно, управляемый процесс, в свою очередь, воздействует на управляющую часть.

Таким образом, воздействие обеих частей системы управления друг на друга осуществляется в виде передачи информации, и в системе управления всегда присутствует *замкнутый информационный контур*, образуемый источниками и потребителями информации, а также коммуникационными каналами передачи этой информации.

*Информационный контур вместе со средствами сбора, передачи, обработки и хранения информации, а также с персоналом, осуществляющим эти действия с информацией, образует **информационную систему** данной организации.*

Информационный контур



Цель функционирования информационной системы (ИС) организации – производство нужной для организации информации, создание информационной и технической сред для осуществления управления информацией.

Можно сказать, что производственные цели информационной системы объединяют в единое целое:

1. пользователей и профессионалов;
2. оборудование и программное обеспечение;
3. процедуры и технологии;
4. информационные ресурсы.

Все процессы преобразования информации в информационной системе осуществляются с помощью информационных технологий.

Определение бизнеса

Бизнес – это любой вид деятельности, приносящий прибыль или денежный доход (личный доход индивидуального предпринимателя, арендный доход, процентный доход и др.).

Французский экономист Жан-Батист Сей (1767-1832) считал, что это – “творческий процесс, соединяющий в себе труд и капитал в условиях риска”.

Понятие бизнеса намного шире, чем понятие коммерции. Бизнес кроме торговли включает в себя аренду со всеми ее формами, залог, страхование, финансовые операции.

Бизнес означает предпринимательскую деятельность, под которой понимается инициативная деятельность граждан и их коллективных объединений (акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, полное товарищество, арендное предприятие и др.), направленная на получение прибыли и дохода и которая осуществляется от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица.

Определение электронного бизнеса

Компания IBM зарегистрировала понятие **"электронный бизнес"** как торговую марку:

1. "The transformation of key business processes through the use of Internet technologies".
2. "Преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий".

Имеется в виду, что все стороны деловых отношений, включая внутреннее планирование работы и управления, маркетинг, продажи, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку клиентов и партнеров, перенесены в Интернет.

Е-business – разрушение границ между компаниями и потребителями

Подобно реинжинирингу, стирающему границы между функциональными подразделениями одной компании и позволяющему повысить эффективность работы внутри компании, электронный бизнес стирает границы между компаниями и потребителями и позволяет повысить эффективность всего процесса, протекающего от поставщика, дилера до конечного потребителя.



Реинжиниринг процессов



Е-business



Примеры процессов для преобразования

Область бизнеса	Бизнес-процессы
Банкинг и финансы	<ul style="list-style-type: none">■ Поддержка клиентов■ Приобретение клиентов■ Платежи и выписывание счетов
Производство	<ul style="list-style-type: none">■ Снабжение и закупка■ Управление запасами
Путешествия	<ul style="list-style-type: none">■ Приобретение клиентов■ Поддержка клиентов
Розничная продажа	<ul style="list-style-type: none">■ Приобретение клиентов■ Снабжение и управление запасами
Страхование	<ul style="list-style-type: none">■ Приобретение клиентов■ Поддержка каналов/клиентов■ Обработка исков
Телекоммуникации	<ul style="list-style-type: none">■ Поддержка клиентов■ Выставление счетов-фактур

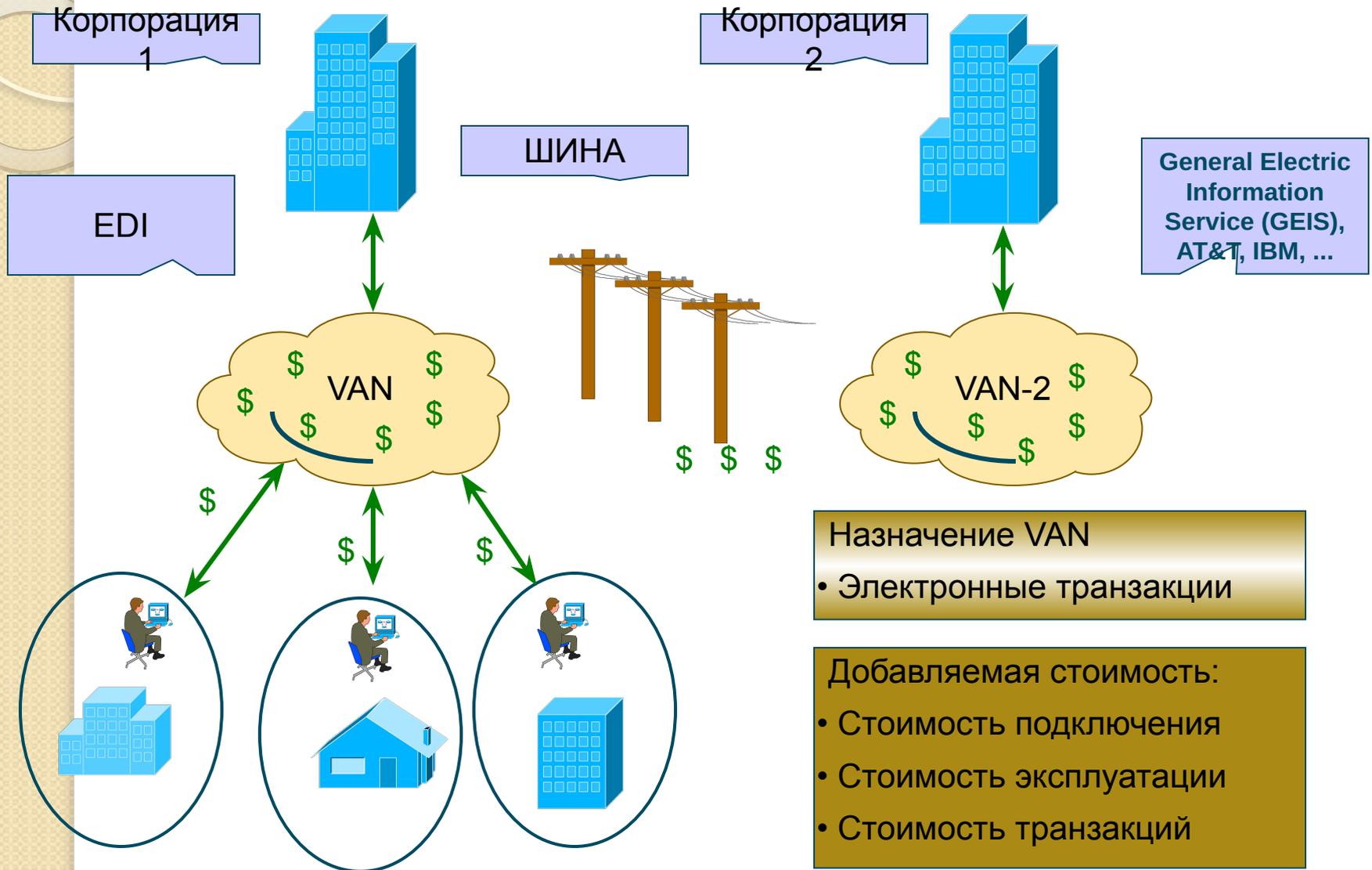
Компоненты электронной коммерции

Электронная коммерция – это любая форма бизнес-процесса, в котором взаимодействие между субъектами происходит электронным образом.

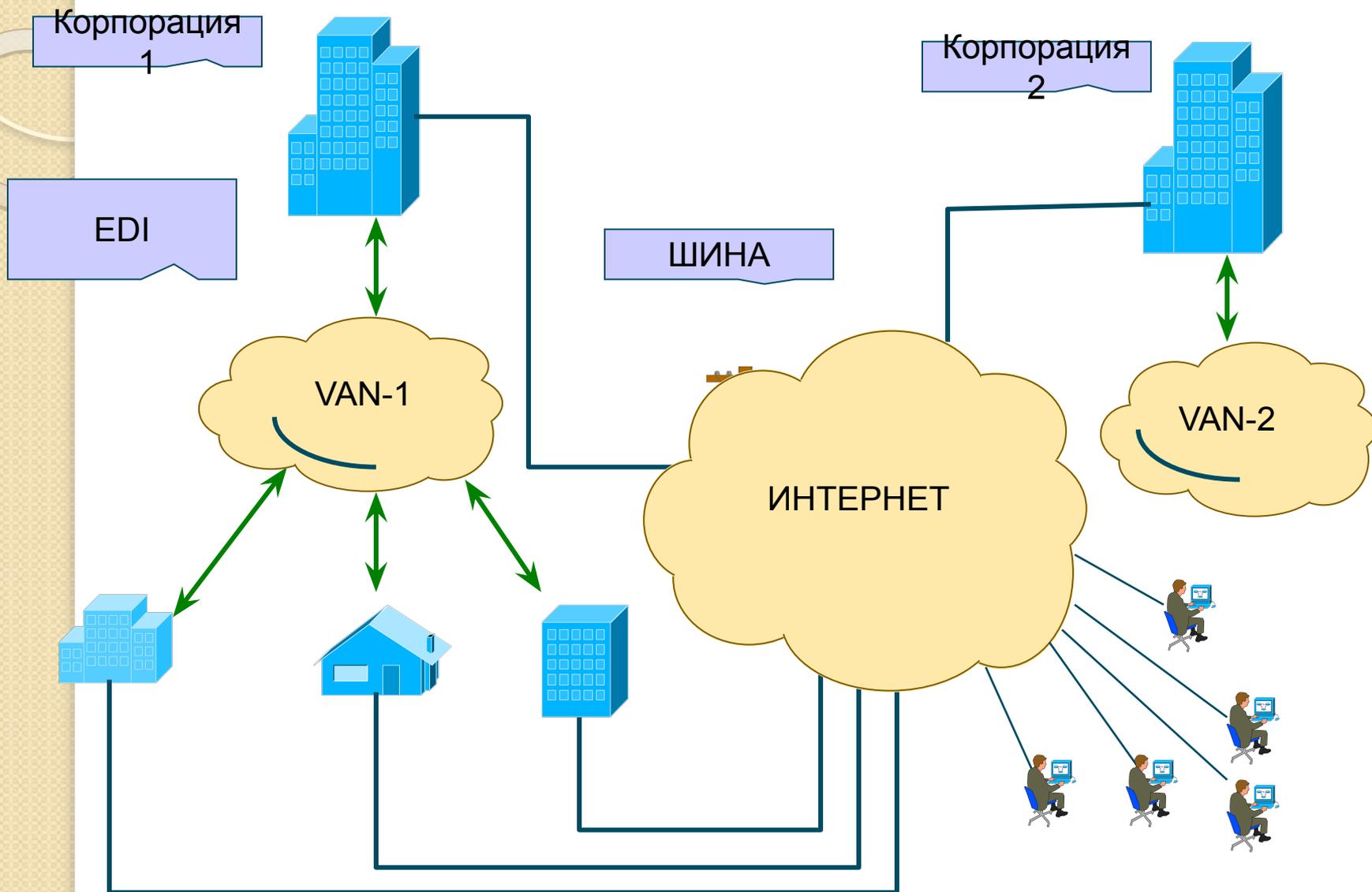
Электронная коммерция состоит из трёх тесно связанных компонент:

1. бизнес-субъектов (участников),
2. бизнес-процессов,
3. сетей (посредством которых связываются участники и обеспечиваются процессы).

Электронная коммерция - EDI/VAN



Электронная коммерция - сегодня



Основные отличия электронной экономики от традиционной

1. Обработка и обмен информацией стали более мощным и эффективным средством ведения бизнеса, чем перемещение физических товаров.
2. Расстояния исчезают.
3. Интерактивность становится важнейшим фактором успеха.
4. Главнейшим фактором в развитии новой экономики становится интеллектуальный капитал.
5. При использовании сети ускоряется рост компании.

.....

Основные отличия электронной экономики от традиционной

6. Увеличивается рыночная стоимость компании.
7. Обычного посредника заменяет информационный посредник (инфопосредник).
8. Новые возможности для всех субъектов экономики.
9. Информационная составляющая товара или услуги становится все большей частью их стоимости.
10. Сокращается расстояние между желанием купить товар и самой покупкой.

Эволюция электронной коммерции

4 фазы развития электронной коммерции:

1. Первая фаза - коммуникации.

Эта фаза характеризуется возникновением таких сервисов как: **FTP** - File Transfer Protocol (Протокол передачи файлов), который позволяет передавать и получать файлы. **Gopher** - система вложенных меню, которая была прообразом Всемирной паутины. В настоящее время эта система постепенно отмирает; **Новости**

2. Вторую фазу можно назвать "односторонний маркетинг".

Она характеризуется возникновением системы "Mosaic" - прообраз Всемирной паутины, который служил для распространения рыночной информации и обеспечивал клиентов базисными услугами.

3. Третья фаза характеризуется возникновением системы Всемирной паутины - WWW-World Wide Web.

4. Четвертая фаза развития характеризуется трансформацией бизнес-процессов и, благодаря применению новых Интернет технологий, возникновением новых направлений бизнеса.

Факторы успеха электронного бизнеса

В первую очередь предприятиям необходимо:

1. избавиться от всех лишних и не приносящих прибыли процессов между заказом и его выполнением.
2. создать структуру новых «динамичных» партнерских взаимоотношений с торговыми компаниями;
3. разработать технические архитектуры, поддерживающие целый спектр взаимодействий, начиная от служащих, покупателей до торгового сообщества и рынка и обеспечивать интеграцию компонентов системы: баз данных, бизнес-процессов, информационного наполнения Web-сайтов и т.д.

Понятие ЭК и отличие ЭК от ЭБ

- **Сетевая экономика (СЭ)** - хозяйственная деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей (цифровых телекоммуникаций). Технологически сетевая экономика представляет собой среду, в которой юридические и физические лица могут контактировать между собой по поводу совместной деятельности.
- **Электронный бизнес** - форма ведения бизнеса, при которой значительная его часть выполняется с применением информационных технологий (локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т.д.).
Электронный бизнес включает: продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и поддержку партнерских отношений.
- **Электронная коммерция** - форма коммерции, при которой два и более звена коммерческого цикла выполняется с применением информационных технологий.

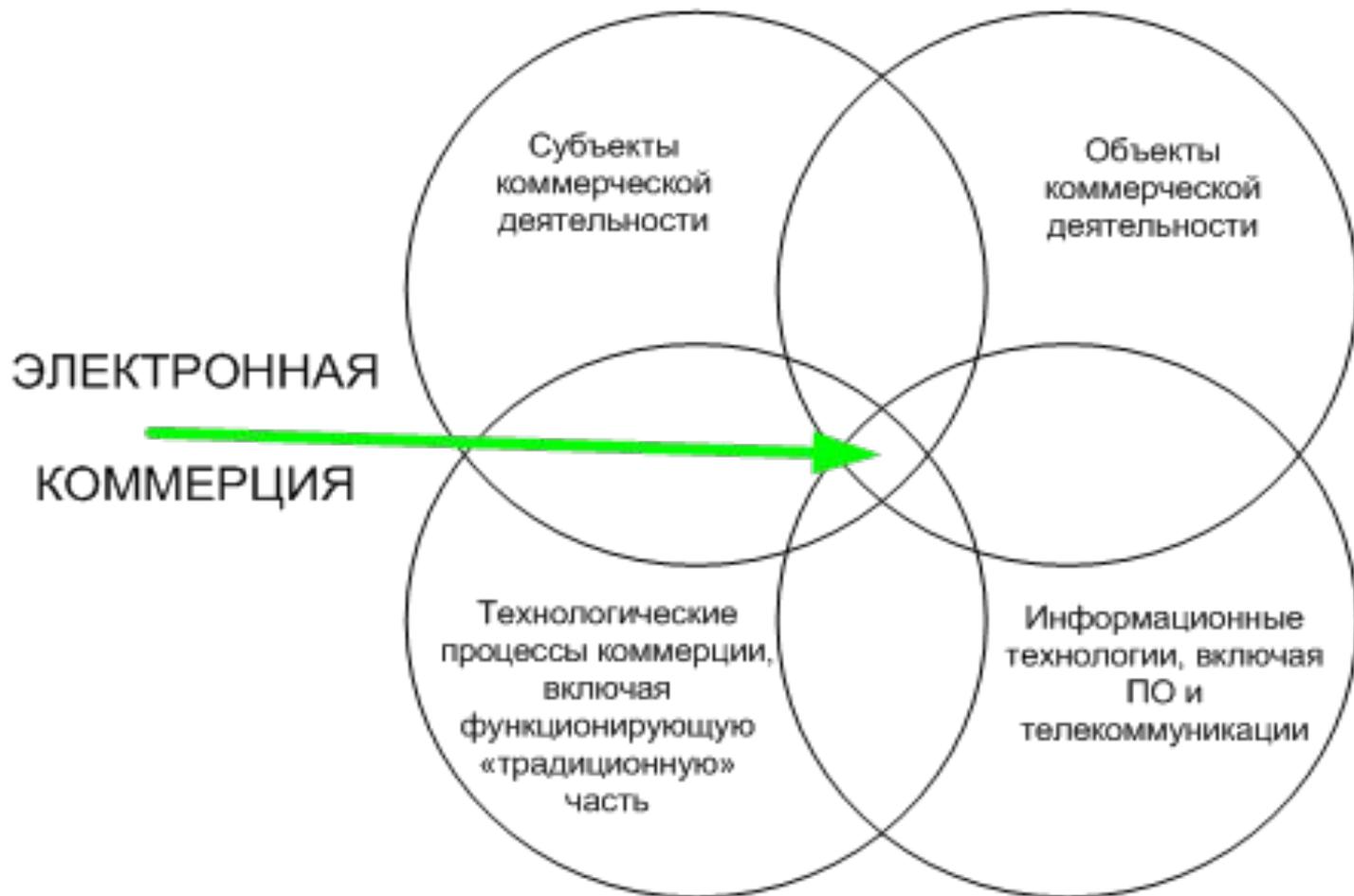
Основные отличия ЭК от ЭБ

1. Электронный бизнес может как иметь, так и не иметь коммерческой составляющей.
2. Электронная коммерция – ограниченное проявление электронного бизнеса, представляющее собой маркетинг, продажу, приобретение товаров/услуг с использованием телекоммуникационных технологий.
3. Электронный бизнес поддерживает цепочку добавление потребительской стоимости, интегрируя в цепочки несколько компаний.
4. Основной упор электронный бизнес находится в сфере управления цепочками поставщиков и внутренней деятельности компании

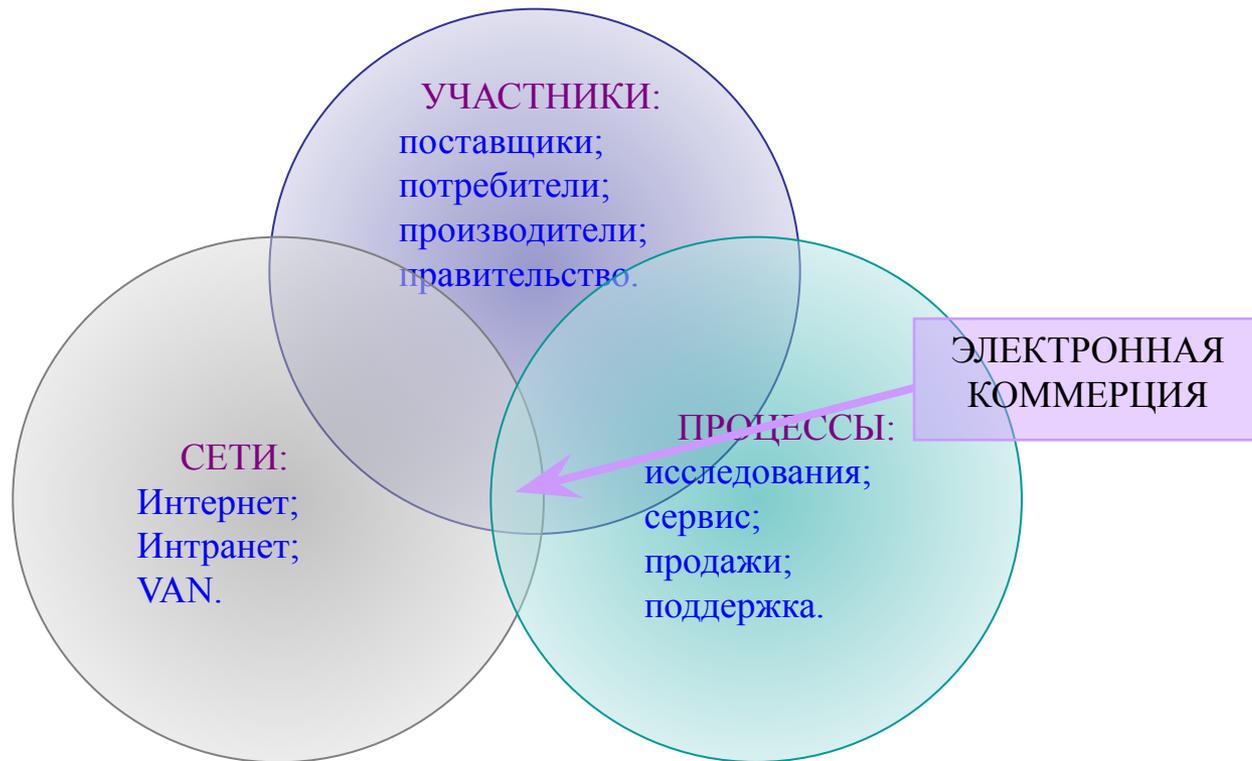
Место ЭК в ЭБ



Содержание ЭК



Компоненты электронной коммерции



Объекты электронной коммерции

- товар, включая материальные ценности, изделия, предметы, сырье, продукцию производственно-технического назначения и иные объекты права собственности, которые, в рамках законодательства, могут быть отчуждаемыми;
- работа;
- услуга.

Субъекты электронной коммерции

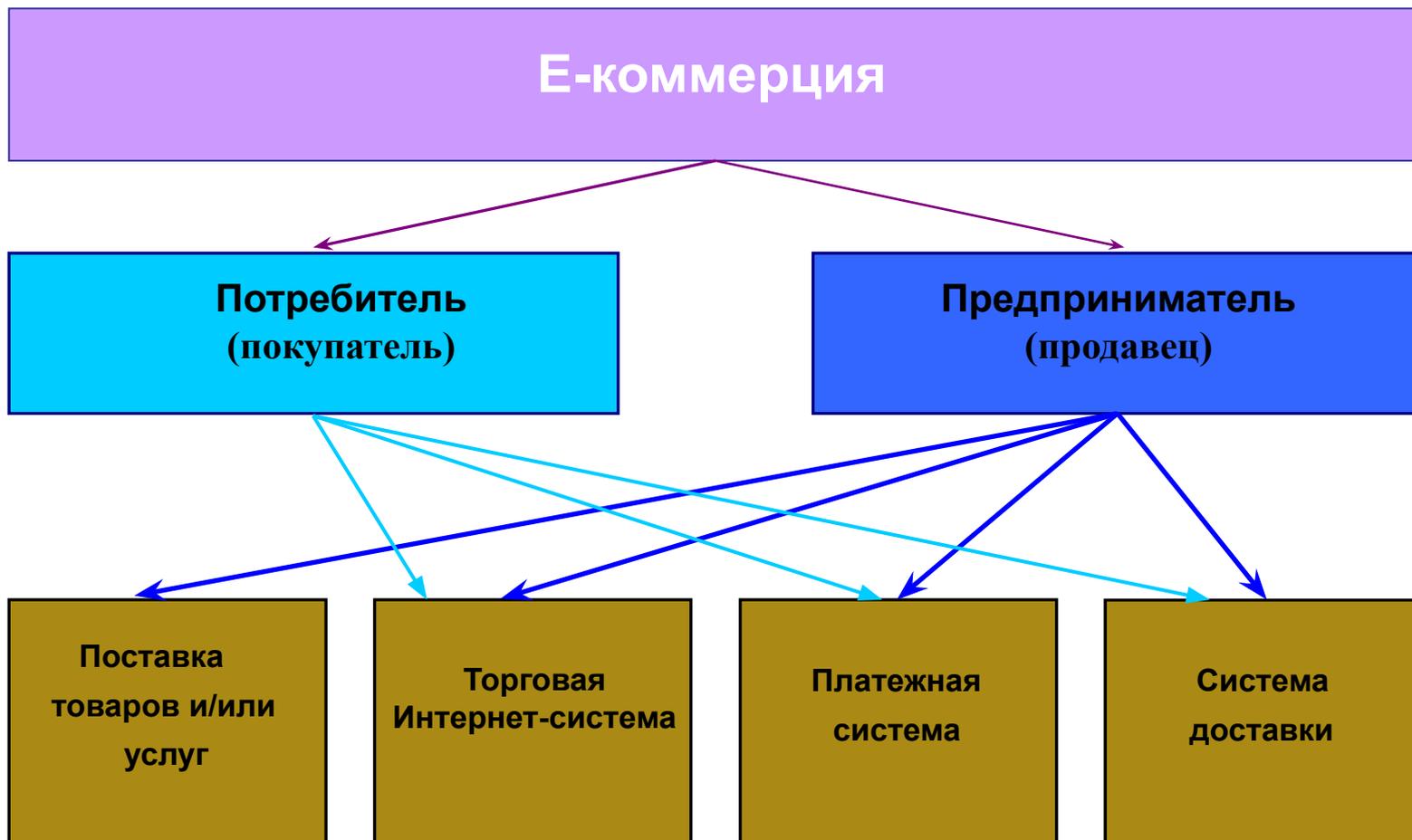
Основные субъекты (участники) электронной коммерции:

1. **Финансовые институты** – организации, оказывающие услуги, связанные с финансами (например, платежные системы). В первую очередь это банки, т.к. именно в них все остальные субъекты электронной коммерции имеют счета, по которым производится *реальное движение средств*, соглашение о котором тем или иным способом декларируется в одной из платежных схем для Интернет-коммерции.
2. **Бизнес-организации** – любые организации, взаимодействующие через Интернет. В более узком смысле это организации, что-либо продающие или приобретающие через Интернет, т.е. осуществляющие торговые операции.
3. **Клиенты** – покупатели или потребители услуг. Раньше этого третьего класса не было в числе субъектов электронной коммерции.

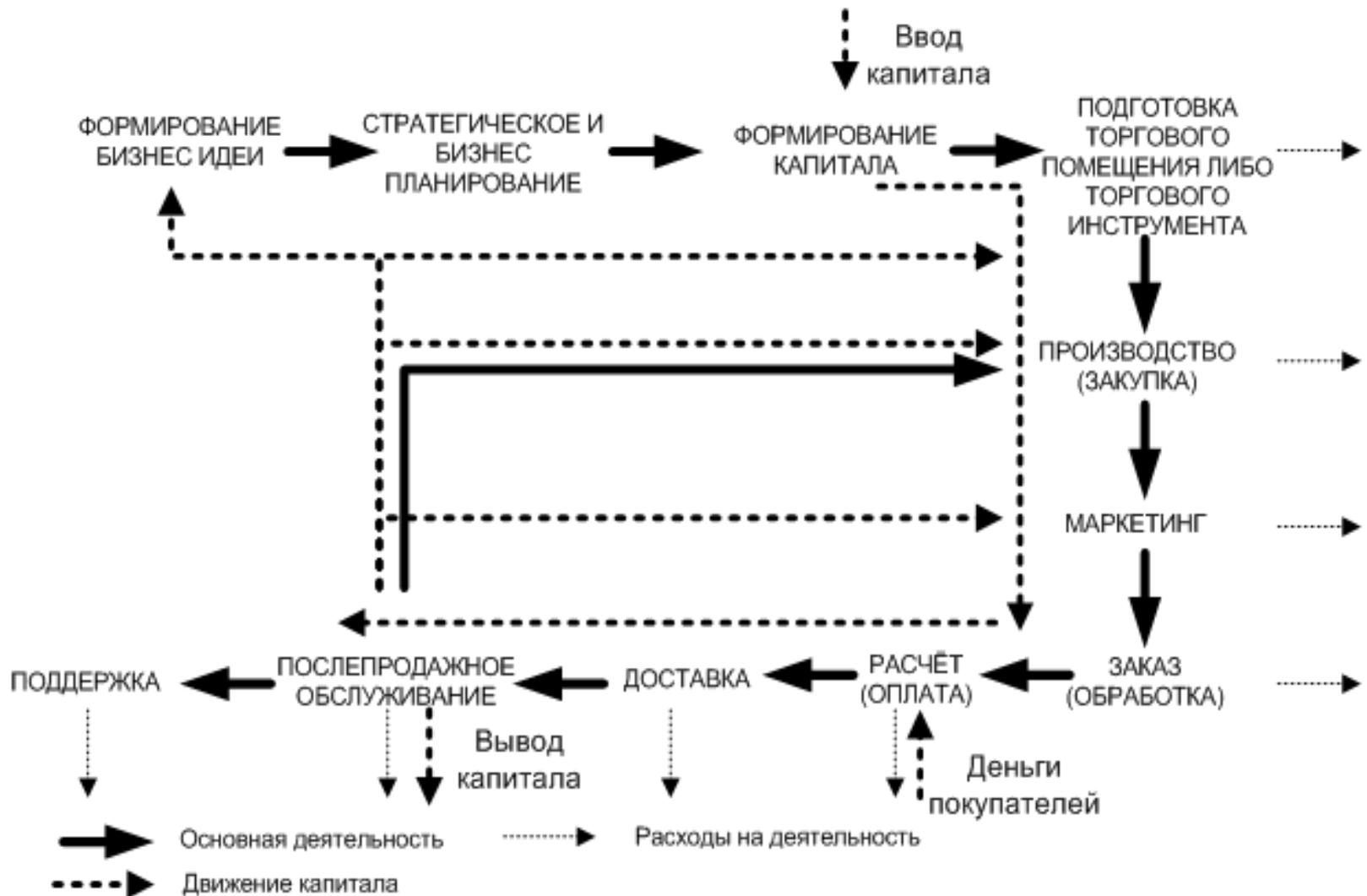
Субъекты электронной коммерции



Деловые процессы между субъектами электронной коммерции



Традиционный и «электронный» коммерческий цикл



Наличие специфики в этапах в условиях ЭК

1. Создание торгового инструмента
2. Производство (закупка)
3. Маркетинг
4. Заказ (обработка)
5. Расчёт (оплата)
6. Доставка
7. Послепродажное обслуживание
8. Поддержка

Части электронного бизнеса, связанные с Интернетом

Включают в себя:

- 1. Бизнес на Интернетe* (интернет-провайдинг, контент-провайдинг и сервис-провайдинг).
- 2. Бизнес вокруг Интернета* (поставка технических средств, поставка программных средств, Web-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм).
- 3. Бизнес в Интернетe* (интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция и т.д.).

Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК

1. Сокращение операционных издержек;
2. Значительное уменьшение затрат на проведение рекламы;
3. Персонализация процесса обслуживания покупателей;
4. Возможность «лёгкого» опережения конкурентов;
5. Возможность эффективного управления процессами осуществления деятельности из любой точки;
6. «Скорость» проведения маркетингового исследования ниш рынка и сегментов;
7. Снижение затрат на обмен информацией;
8. Потенциальная возможность неограниченного роста числа покупателей;
9. Увеличение «прозрачности» компании;
10. Сокращение расходов на содержание магазинов;
11. Уменьшение себестоимости транзакций; и т.д.

Выгоды, получаемые фирмами-производителями

1. Возможность создания нового канала сбыта или освоения новой ниши;
2. Возможность отказа от услуг посредников;
3. Упрощение координации хозяйственных связей;
4. Увеличение оперативности получения информации;
5. Большая открытость фирм-производителей;
6. Повышение эффективности за счёт интеграции с заказчиками;
7. Упрощение контактов;
8. Сокращение операционных расходов;
9. Быстрая актуализация клиентской информации;
10. Экономия затрат у поставщиков.

Выгоды, получаемые покупателями

1. Минимизация затрат времени на посещение магазинов;
2. Обеспечение постоянной доступности магазинов для посещения;
3. Упрощение процедуры поиска товаров;
4. Возможность оперативного сравнения характеристик и цен товаров в различных магазинах;
5. Индивидуализация обслуживания;
6. Возможность получения экономии денежных средств;
7. Вовлечение покупателей в процесс разработки и внедрения новых продуктов и услуг;
8. Уменьшение затрат, связанных с оформлением акта купли-продажи;
9. Сокращение пути поставки товара покупателю;
10. «Ускоренная» обратная связь с «магазином»

Ограничения электронной коммерции

1. Безопасность;
2. Целостность системы данных;
3. Масштабируемость;
4. Проблемы исполнения заказов;
5. Проблемы взаимоотношения с потребителем;
6. Продукция, которую не желают покупать в **ON-LINE**;
7. Общая уязвимость;
8. Отсутствие подготовки специалистов по ЭК;
9. Большой риск при начале своего дела и т.д.