



Электронная коммерция



Электронная коммерция

Электронная коммерция – это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.



Основные секторы электронной коммерции

B2B (Business-to-Business) — термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае — это юридические лица.

B2G-системы (Business to Government) электронной торговли применяются и для взаимодействия государства с бизнесом. Через такие системы государственные учреждения и ведомства осуществляют свои закупки на открытом рынке.

Основные секторы электронной коммерции

- Для взаимодействия конечных потребителей с конечными потребителями (*C2C, customer-to-customer*) используются электронные торговые площадки, которые характеризуются преобладанием лотов на продажу. В данном случае сайт выступает в роли посредника между покупателем и продавцом.
- *B2C (Business-to-Consumer)* - термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией (*Business*) и частным, так называемым, "конечным" потребителем (*Consumer*). Часто используется для описания деятельности, которую ведёт предприятие, т.е., в данном случае, - продажа товаров и услуг, непосредственно предназначенных для конечного использования. Один из наиболее популярных инструментов *B2C* - Интернет-магазин.

Сектор B2B

Системы электронной коммерции в секторе B2B предназначены для поддержания бизнес-отношений между поставщиками и потребителями и призваны решать задачи сбыта и материально-технического снабжения.

Наибольшее распространение получили следующие системы электронной коммерции:

- системы управления закупками;
- системы полного цикла сопровождения поставщиков;
- системы управления продажами;
- системы полного цикла сопровождения клиентов;
- отраслевые электронные торговые площадки;

Основные процессы электронной торговли в секторе B2B

- Регистрация;
- Размещение информации;
- Поиск информации;
- Покупка продукции;
- Продажа продукции;
- Определение сторон сделки;
- Заключение сделки;
- Обеспечение гарантий исполнения договорных обязательств.

Сектор В2С

Спектр услуг В2С:

- электронная торговля;
- управление личным банковским счетом;
- туристический бизнес;
- страхование;
- электронное (дистанционное) образование;

Системы розничной продажи товаров:

- электронные торговые ряды;
- интернет-витрина;
- интернет-магазин;

Преимущества электронной коммерции:

Для организаций:

- Глобальный масштаб
- Сокращение издержек
- Улучшение цепочек поставок
- Бизнес всегда открыт (24/7/365)
- Быстрый вывод товара на рынок
- Низкая стоимость распространения цифровых продуктов

Преимущества электронной коммерции:

Для потребителей:

- работа круглые сутки;
- географическая равнодоступность;
- возможность оценить фирму - производителя;
- возможность оценить товар;
- возможность оценить магазин;
- возможность сэкономить время;
- сохранение независимости решения о покупке товара;
- относительная конфиденциальность покупки.
- электронная социализация

Недостатки электронной коммерции:

Для организаций:

- Интеграция с уже сложившимися системами
- Реорганизация внутренних процессов
- Высокий риск
- Затраты по установке
- Интеграция с другими информационными технологиями, например по поддержке онлайн-проведения платежа

Для потребителей:

- Недоверие потребителя к услугам, продаваемым удаленно
- Невозможность «потрогать» товар руками
- Ожидание доставки приобретенной продукции

Сектор G2C

G2C (сокр. от *Government-to-Citizen* — правительство для гражданина) — это категория отношений между правительством и гражданами, посредством использования электронных сервисов.

Через такие сервисы можно:

- оплачивать налоги, лицензии, билеты, пропуски, штрафы;
- отправить план строительства на получение разрешения;
- произвести регистрацию для спонсирования каких-либо событий, проектов;
- получить предварительно заполненные формы;
- доложить о состоянии каких-либо объектов, за которые гражданин оплачивает налоги и сборы.

Электронное правительство

способ обмена информацией и оказания услуг гражданам, бизнесу, другим ведомствам и государственным чиновникам, при котором личное взаимодействие между государством и заявителем минимизировано и максимально возможно используются информационные технологии.

Виды взаимодействия

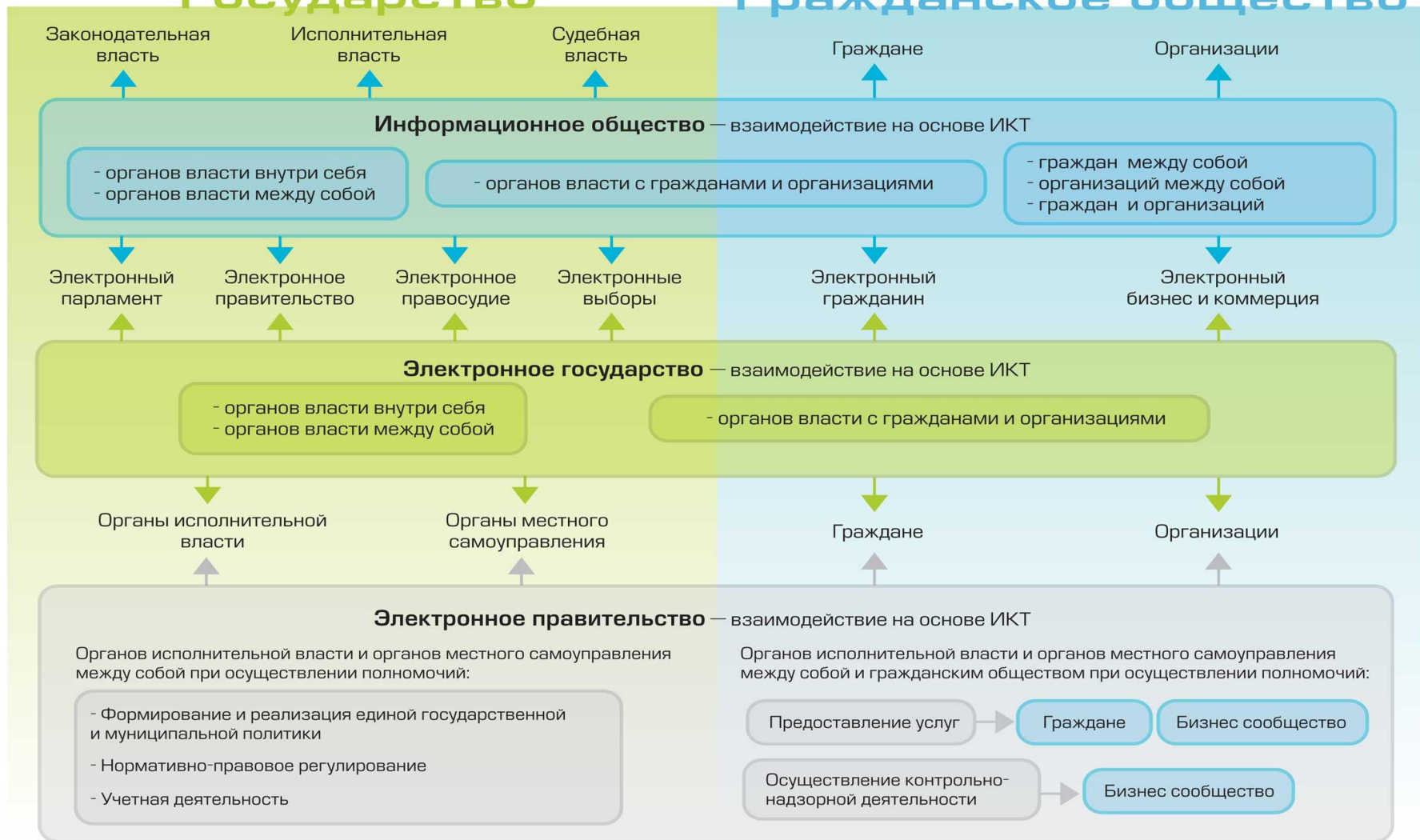
- Между государством и гражданами (G2C, Government-to-Citizen);
- Между государством и бизнесом (G2B, Government-to-Business);
- Между различными ветвями государственной власти (G2G, Government-to-Government);
- Между государством и государственными служащими (G2E, Government-to-Employees).

Цели ЭП

- оптимизация предоставления правительственных услуг населению и бизнесу;
- повышение степени участия всех избирателей в процессах руководства и управления страной;
- Повышение прозрачности деятельности государственного управления для граждан;
- поддержка и расширение возможностей самообслуживания граждан;
- снижение воздействия фактора географического местоположения.

Государство

Гражданское общество



Основные компоненты ЭП

- Ведомственные ИС
- Порталы государственных услуг
- Инфраструктура цифрового доверия
- СМЭВ – система межведомственного электронного взаимодействия
- Электронные государственные закупки
- Идентификационные инструменты

Система порталов. Цели

- Единое пространство доступа к информации и к услугам
- Повышение прозрачности деятельности органов власти
- Решение проблемы цифрового неравенства регионов и ведомств
- Экономия времени и других затрат граждан

Система порталов. Функции

- Предоставление информации об услугах гражданам и бизнесу
- Прием комплекта документов
- Передача информации в уполномоченное ведомство
- Мониторинг хода предоставления услуги
- Сообщение и предоставление результата услуги

ДЦП Информационное общество (2011-2020)

С 2011 года в стране началась реализация государственной программы «Информационное общество». Госпрограмма логически продолжает и развивает мероприятия, определенные в рамках госпрограммы «Электронное правительство» и предусматривает увеличение роли информации, знаний и информационных технологий в жизни страны.

Направления государственной программы «Информационное общество»:

- Повышение качества жизни граждан и улучшение условий развития бизнеса
- Электронное государство. Повышение эффективности государственного управления.
- Развитие российского рынка ИКТ и российских технологий. Обеспечение перехода к цифровой экономике.
- Преодоление цифрового неравенства и создание базовой инфраструктуры информационного общества.
- Обеспечение безопасности в информационном обществе. Обеспечение доверенной информационной среды
- Развитие цифрового контента. Перевод контента в электронный вид.

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПЕРИОД ДО 2015 ГОДА

В результате реализации основных направлений и мероприятий Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации (далее - Стратегия) к 2015 году должны быть достигнуты следующие контрольные значения показателей:

- место Российской Федерации в международных рейтингах в области развития информационного общества - в числе двадцати ведущих стран мира;
- место Российской Федерации в международных рейтингах по уровню доступности национальной информационной и телекоммуникационной инфраструктуры для субъектов информационной сферы - не ниже десятого;
- уровень доступности для населения базовых услуг в сфере информационных и телекоммуникационных технологий - 100%;
- доля отечественных товаров и услуг в объеме внутреннего рынка информационных и телекоммуникационных технологий - более 50%;
- рост объема инвестиций в использование информационных и телекоммуникационных технологий в национальной экономике по сравнению с 2007 годом - не менее чем в 2,5 раза;
- сокращение различий между субъектами Российской Федерации по интегральным показателям информационного развития - до 2 раз;
- уровень использования линий широкополосного доступа на 100 человек населения за счет всех технологий: к 2010 году - 15 линий и к 2015 году - 35 линий;

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПЕРИОД ДО 2015 ГОДА

- наличие персональных компьютеров, в том числе подключенных к сети Интернет, - не менее чем в 75% домашних хозяйств;
- доля исследований и разработок в сфере информационных и телекоммуникационных технологий в общем объеме научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, осуществляемых за счет всех источников финансирования: к 2010 году - не менее 15% и к 2015 году - 30%;
- рост доли патентов, выданных в сфере информационных и телекоммуникационных технологий, в общем числе патентов: к 2010 году - не менее чем в 1,5 раза и к 2015 году - в 2 раза;
- доля государственных услуг, которые население может получить с использованием информационных и телекоммуникационных технологий, в общем объеме государственных услуг в Российской Федерации - 100%;
- доля электронного документооборота между органами государственной власти в общем объеме документооборота - 70%;
- доля размещенных заказов на поставки товаров, выполнение работ и оказание услуг для государственных и муниципальных нужд самоуправления с использованием электронных торговых площадок в общем объеме размещаемых заказов - 100%;
- доля архивных фондов, включая фонды аудио- и видеоархивов, переведенных в электронную форму, - не менее 20%;
- доля библиотечных фондов, переведенных в электронную форму, в общем объеме фондов общедоступных библиотек - не менее 50%, в том числе библиотечных каталогов - 100%;
- доля электронных каталогов в общем объеме каталогов Музейного фонда Российской Федерации - 100%.