



УНИВЕРСИТЕТ  
СИНЕРГИЯ

---

Кафедра "Информационного менеджмента и информационно-коммуникационных технологий имени В.В. Дика"

# Электронный бизнес

# Вопросы темы:

1. Бизнес и коммерция
2. Понятие ЭК и отличие ЭК от ЭБ
3. Субъекты и объекты ЭК. Сектора ЭК
4. Традиционный и «электронный» коммерческий цикл
5. От OFF-LINE к ON-LINE бизнесу

## *Литература:*

1. Электронный бизнес / Т.В. Алексеева, В.В. Бабенко, Е.В. Бегутова и др.; под редакцией В.В. Дика и А.И. Уринцова. - М.: Горячая линия - Телеком, 2015.
2. Юрасов, А. В. Основы электронной коммерции / А.В. Юрасов. - М.: Горячая линия - Телеком, 2013. - 480 с.



## Тема 1. Бизнес и коммерция



# Бизнес и его содержание

Бизнес - самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

*(Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: От 30.11.1994 № 51-ФЗ.-В ред. от 29.06.2004.-Ст. 2)*

# Бизнес и его содержание

К предпринимательству законодательство относит любые виды хозяйственной деятельности:

- ✓ коммерческое посредничество,
- ✓ торгово-закупочную,
- ✓ инновационную,
- ✓ консультационную деятельность,
- ✓ операции с ценными бумагами.

## *Производственное предпринимательство*

Предпринимательская деятельность — рискованная экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и продажи товаров, оказания услуг, выполнения работ.



**Производственное  
предприниматель  
СТВО**

**Торгово-  
коммерческое  
предприниматель  
СТВО**

**Виды  
предпринимательско  
й деятельности**

**Консультативное  
предприниматель  
СТВО**

**Финансово-  
кредитное  
предприниматель  
СТВО**

# Бизнес и его содержание

Различают следующие основные виды предпринимательства:

- ❖ производственное;
- ❖ торгово-коммерческое;
- ❖ консультативное;
- ❖ финансово-кредитное.

## ***Производственное предпринимательство***

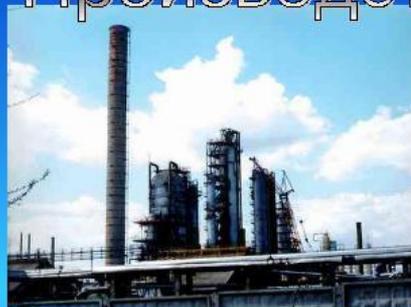
Вид предпринимательства, основу которого составляет **производство, как материальное, так и духовное, интеллектуальное**; один из самых сложных видов бизнеса, цель которого - создание вещей, ценностей, благ, любого полезного продукта, необходимого потребителям и способного быть проданным по определенной цене или обмененным на другой товар.

*(Лозовский Л.Ш. и др. Универсальный бизнес-словарь.-М., 1997)*

## *Производственное предпринимательство*

Производственное предпринимательство – это изготовление товаров, проведение строительных работ, выпуск печатной продукции, обучение, перевозка пассажиров и транспортировка грузов, а также различные виды услуг.

### Производственный бизнес



## *Торгово-коммерческое предпринимательство*

Предпринимательство, отличительной чертой которого является то, что решающее значение в нем имеют товарно-денежные, торгово-обменные операции и сделки.

*(Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Словарь рыночной экономики.- СПб., 1995)*

## *Торгово-коммерческое предпринимательство*

Коммерческое предпринимательство – это деятельность, связанная с реализацией производственной продукции, доведением ее до потребителя на основе купли-продажи.



## *Финансово-кредитное предпринимательство*

Разновидность коммерческого предпринимательства, где объектом купли-продажи выступает своеобразный товар - деньги, валюта, ценные бумаги. По существу финансовое предпринимательство есть продажа одних денег с целью приобретения других в прямой или косвенной форме.

*(Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Словарь рыночной экономики.-СПб., 1995)*

## *Финансово-кредитное предпринимательство*

Финансовое предпринимательство — это особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, национальные деньги и ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит.



## Что такое электронный бизнес?

- Электронный бизнес представляет собой любой вид экономической деятельности, который организация осуществляет посредством компьютерных сетей.
- Электронный бизнес (e-business) - преобразование ключевых бизнес-процессов с применением Интернет-технологий, позволяющее достичь высшей производительности.

**Электронный бизнес** – это непрерывная оптимизация продуктов и услуг организации, а также производственных связей посредством применение цифровых технологий и использование Интернета.

*Gartner Group*



**Электронный бизнес** – это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли.

*энциклопедия Интернет-бизнеса*

**Электронный бизнес** – это реализация бизнес-процессов с использованием возможностей информационных и телекоммуникационных технологий, систем и сетей.



## Части электронного бизнеса, связанные с Интернетом

БИЗНЕС НА ИНТЕРНЕТЕ (интернет-провайдинг, контент-провайдинг и сервис-провайдинг).

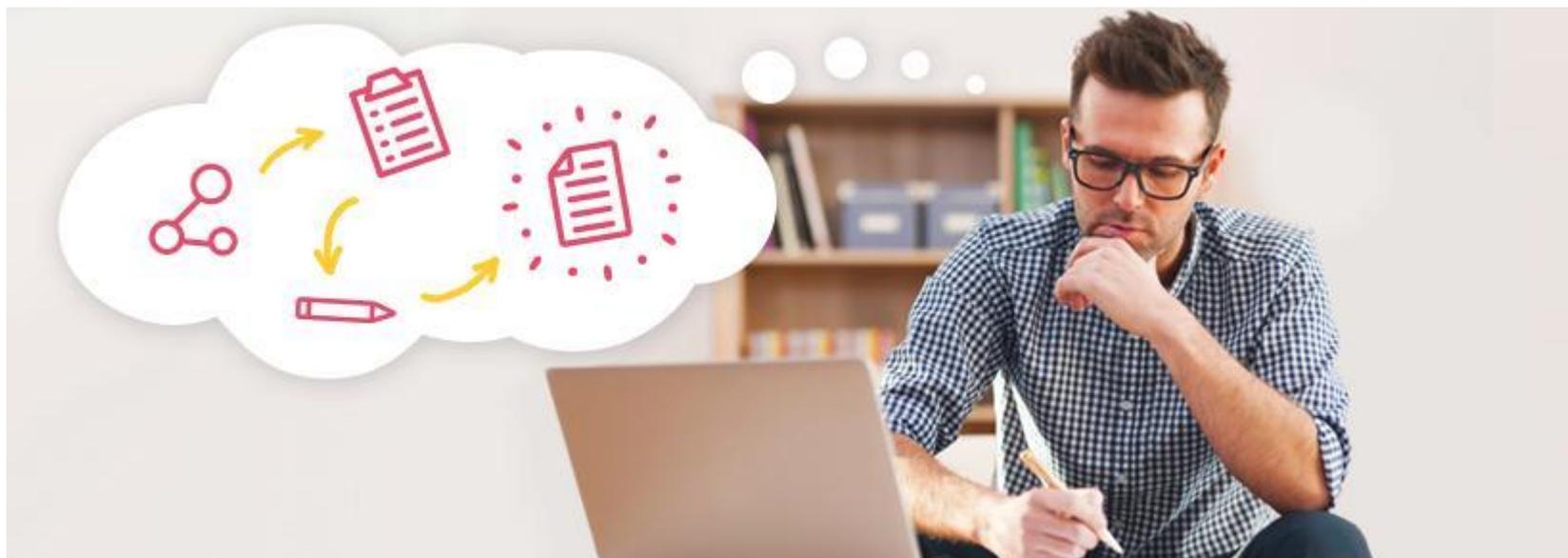
БИЗНЕС ВОКРУГ ИНТЕРНЕТА (поставка технических средств, поставка программных средств, Web-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм).

БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ (интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете).

**Интернет-провайдер** или просто провайдер — организация, предоставляющая услуги доступа к сети Интернет и иные связанные с Интернетом услуги.



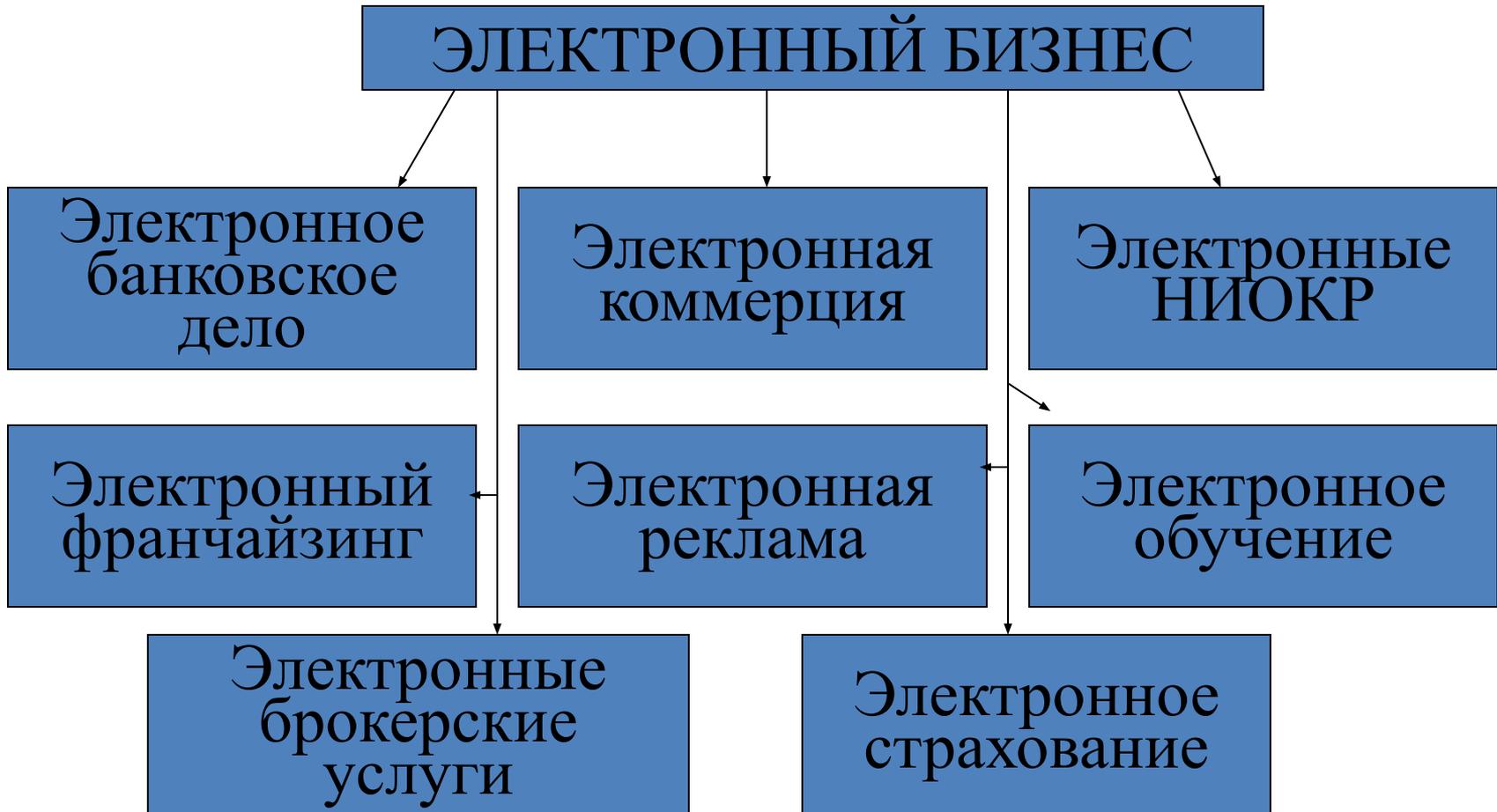
**Контент-провайдер** — компания, которая предоставляет своим клиентам необходимую им информацию: мелодии, игры, информационно-справочные услуги, викторины и многое другое.



**Сервис-провайдер** или поставщик услуг — это общее название посредника различных услуг, который предоставляет организациям консалтинговые, юридические сервисы, или же услуги по недвижимости, образованию, связи, хранения, обработки и другие.



## Основные виды деятельности электронного бизнеса



## Другие виды деятельности ЭБ <sup>1/4</sup>

- Торговые площадки (интернет-биржи, аукционы, каталоги товаров и услуг);
- Электронное управление закупками;
- Порталы (корпоративные, информационные, коммерческие, персональные);
- Организация, содержание и обслуживание общественных глобальных сетей (осуществляется операторами сетей);
- Финансовые услуги (интернет-платежные системы, обменные пункты, интернет-банкинг, онлайн-трейдинг);

## Другие виды деятельности ЭБ <sup>2/4</sup>

- ❑ Инвестиционные фонды (консолидированные инвестиционные фонды или буферные фонды и паевые инвестиционные фонды);
- ❑ Интернет-магазины;
- ❑ Контент-проекты (сайты с бесплатной и востребованной информацией для привлечения посетителей с целью ведение рекламного бизнеса);
- ❑ Информационные посредники (каталоги, рейтинги, поисковые системы);
- ❑ Информационный бизнес в Интернете (периодические интернет-издательства, новостные сайты и т.д.);

## Другие виды деятельности ЭБ <sup>3/4</sup>

- Интернет-маркетинг (продвижение сайта в поисковых системах);
- Рекламный бизнес;
- Услуги связи и средства общения;
- WEB-мастеринг (создание сайтов, веб-программирование, веб-дизайн, раскрутка сайтов);
- MLM (multilevel marketing) или сетевой маркетинг (форма ведения внемагазинной розничной торговли);
- Разработка ПО и цифровых товаров;
- Услуги сервис-провайдеров (поставщики сетевых услуг, поставщики хостинга, доменов);

## Другие виды деятельности ЭБ <sup>4/4</sup>

- Предоставление услуг (дистанционное обучение, сетевые библиотеки, электронное здравоохранение, интернет-консалтинг и т.д.);
- Биржи труда (агентства по трудоустройству);
- Партнёрские программы.

## 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.

# Основные отличия ЭК от ЭБ

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

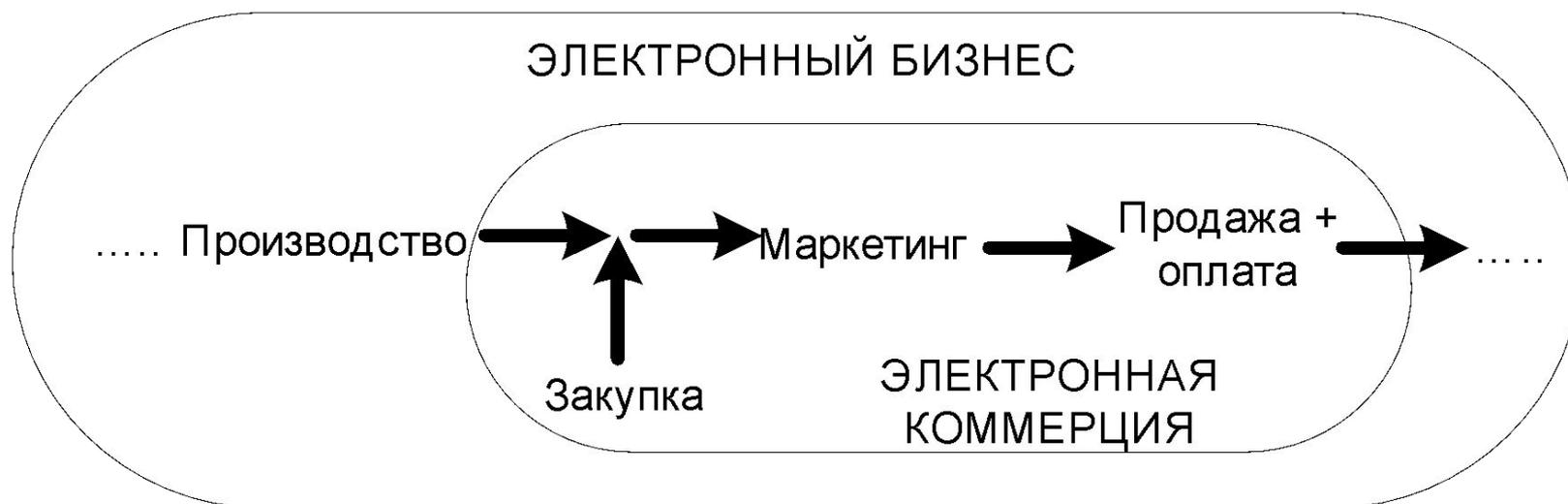
Электронная коммерция - это то, что делает Ваша компания, а электронный бизнес - это то, чем компания является.

(По материалам фирмы "ПрайсвотерхаусКуперс")

# Что такое электронная коммерция

Электронная коммерция (ЭК) – деятельность по взаимодействию хозяйствующих субъектов, не связанных организационной структурой какого-либо хозяйствующего субъекта, направленная на получение прибыли и осуществляемая с использованием технологий цифровых телекоммуникаций.

# Место ЭК в ЭБ



## Первый этап (1994 - 1998)

Название

Web - маркетинг

Определение

Наличие Web-сервера, предоставляющего информацию о компании, ее продуктах и услугах  
Предоставление информации со стороны поставщика автоматизировано, однако для приема заказов необходимо участие человека

Особенности

Один поставщик - много клиентов  
Центр - поставщик  
Электронные каталоги  
Клиенты просматривают документы  
Изолированная служба  
Основа - Web (HTML)  
Главный принцип — опрос



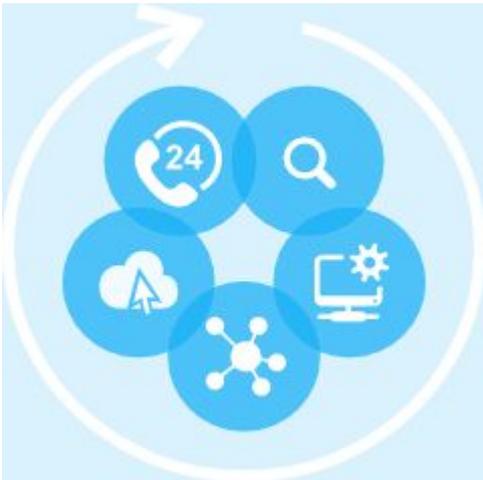
## Второй этап (1998 - 1999)

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



## Третий этап (2000 - )

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



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



***Сетевая экономика*** - 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.



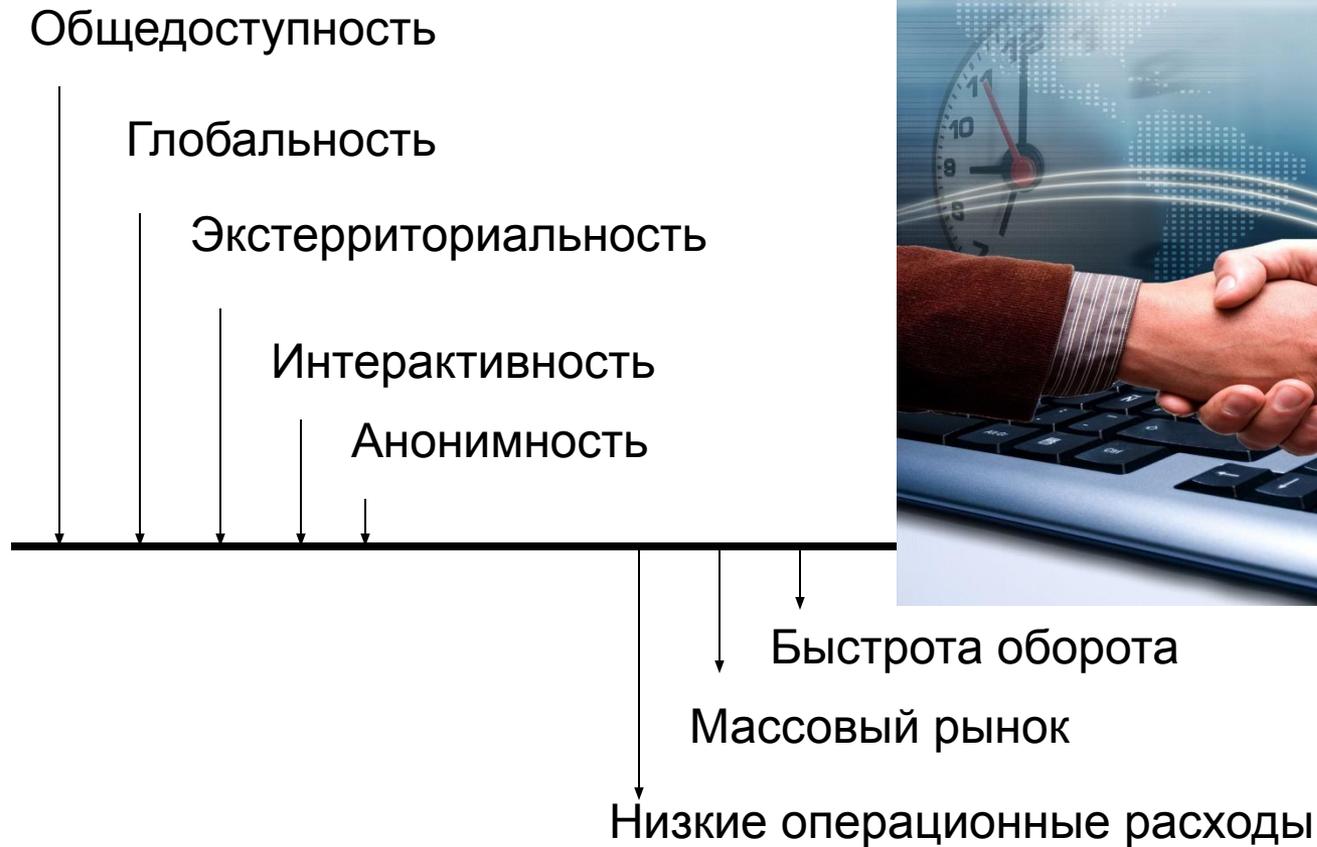
Существование сетевой экономики связано не столько с внедрением большого количества компьютеров, сколько с коммуникациями, реализованными при помощи этих компьютеров.



## Основные отличия сетевая экономика 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;
- возрастает роль домашнего умственного труда;
- увеличивается динамика смены бизнес-партнеров;
- выравниваются информационные возможности крупных и мелких коммерческих организаций;
- повышается оперативность принятия решений;
- появляются новые формы расчетов.

## Сетевая экономика имеет преимущества



**Вопрос 3.**

# **Субъекты и объекты ЭК. Сектора ЭК**

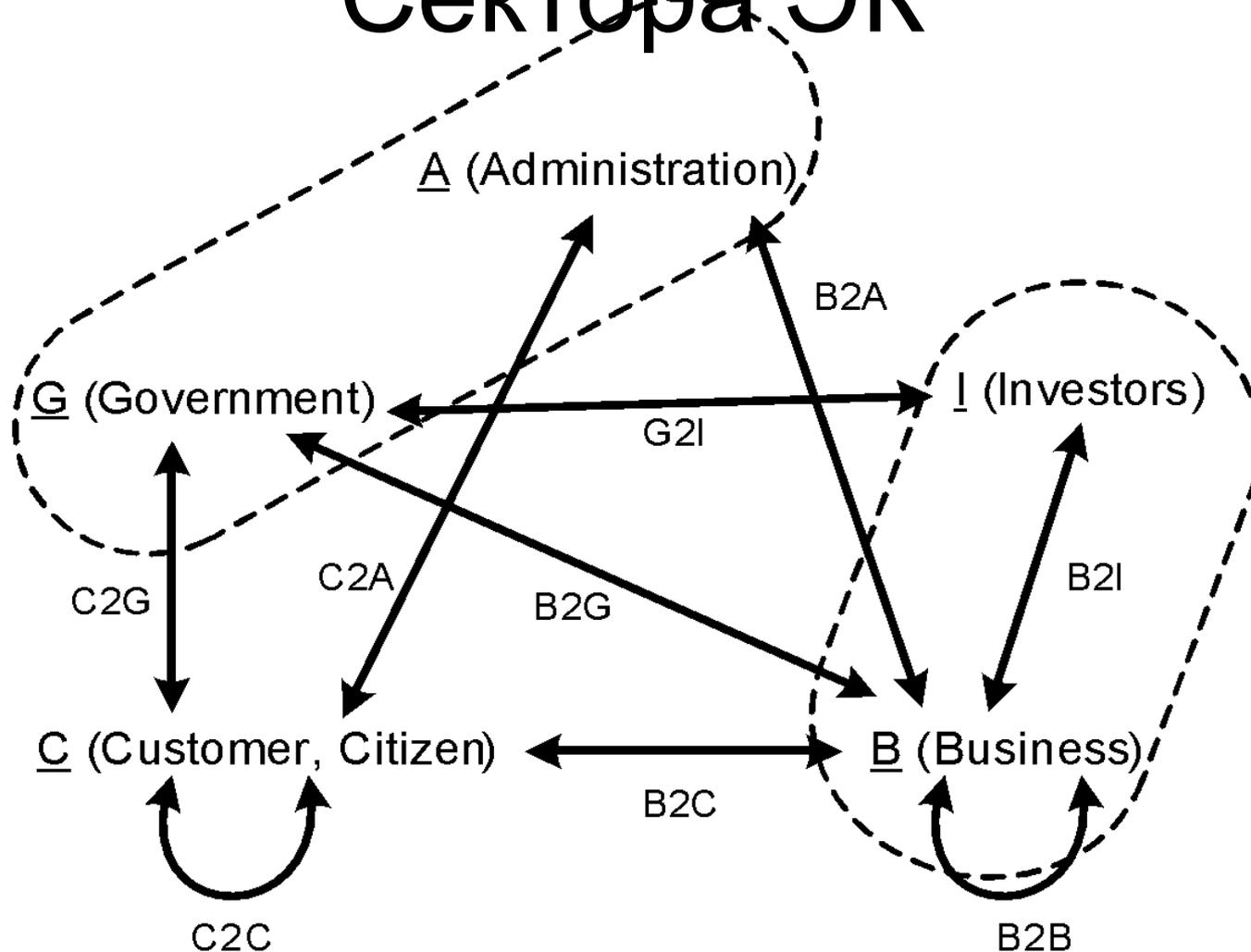
# Объекты ЭК

- 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 ЭК

- физические лица;
- юридические лица, в том числе иностранные, независимо от вида собственности и организационно-правовой формы:
  - финансовые институты;
  - прочие юридические лица;
- государство как субъект права:
  - органы власти;
  - представители гос. организаций, которые участвуют в электронной коммерции в качестве:
    - лиц, осуществляющих электронную коммерцию;
    - покупателей и заказчиков соответствующих товаров, работ или услуг;
    - посредников в электронной коммерции.

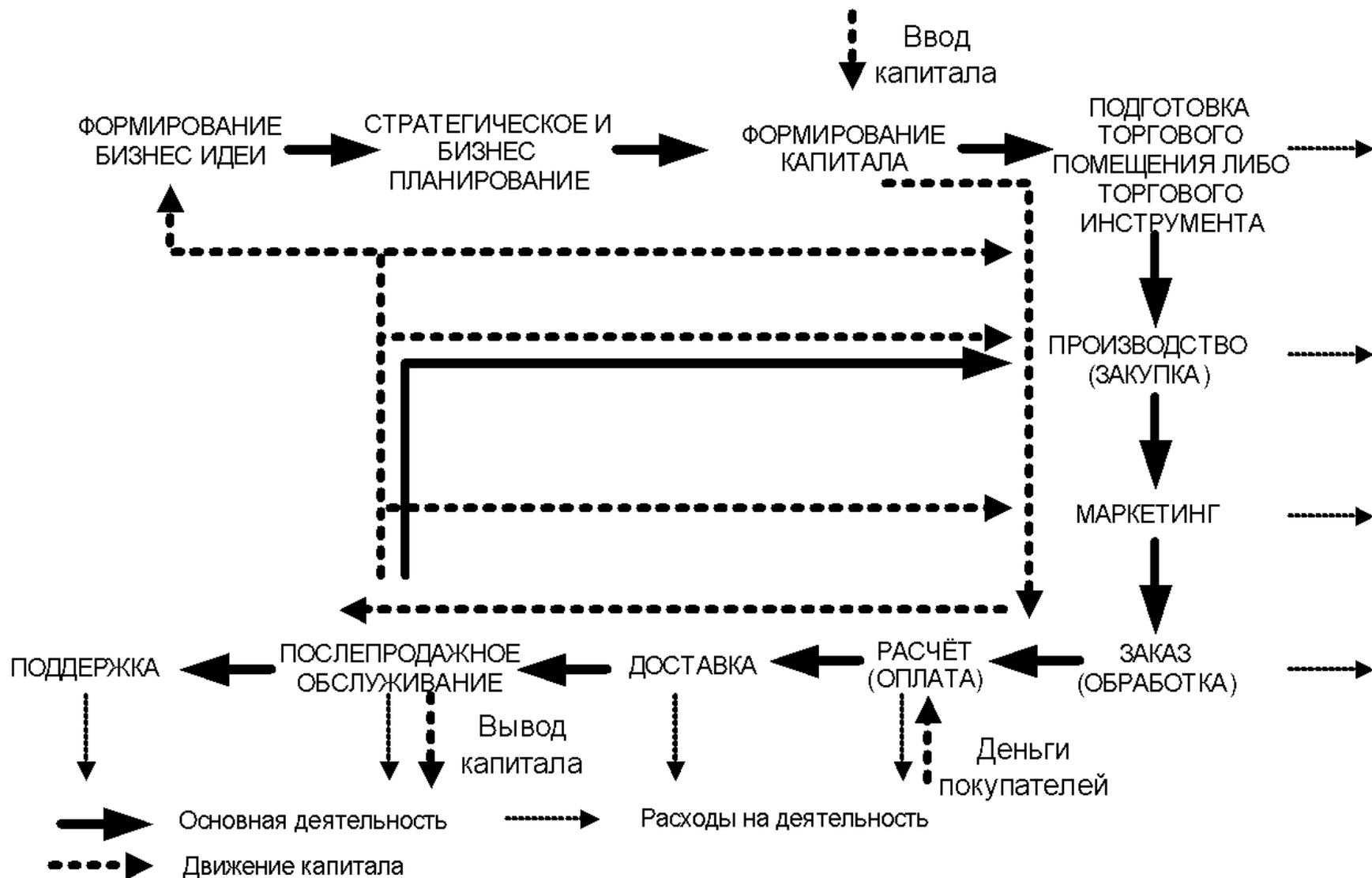
# Сектора ЭК



Вопрос 4.

# Традиционный и «электронный» коммерческий цикл

# Коммерческий цикл



# Коммерческий цикл



# Наличие специфики в этапах в условиях ЭК

- Создание торгового инструмента
- Производство (закупка)
- Маркетинг
- Заказ (обработка)
- Расчёт (оплата)
- Доставка
- Послепродажное обслуживание
- Поддержка

# Что дает маркетинг в коммерции:

- 1. Информация о том, в каких товарах нуждается потребитель; Информация о том, кто является потребитель; сколько товара в состоянии потребить рынок в текущем и будущих периодах
- 2. Методы разработки конкурентной стратегии поведения на рынке с целью увеличения прибыли
- 3. Методы стимулирования спроса и расширения возможности продажи товаров
- 4. Научные принципы оптимизации логистики
- 5. Методы продвижения товара на рынке: реклама, сервисное обслуживание, PR-кампании

**Вопрос 5.**

# **От OFF-LINE к ON-LINE бизнесу**

# Этапы возникновения

## электронной коммерции

- Термин "Электронная Коммерция" возник практически сразу вслед за появлением ЭВМ в **50-е, 60-е годы**
  - Приложения основано на MAINFRAME;
  - Одними из первых приложений были программы для транспорта - заказ билетов;
- **1968 год.** В США был образован специальный комитет *TDCC (Transportation Data Coordination Committee)*, задачей которого стало согласование 4-х уже сложившихся индустриальных стандартов для различных транспортных систем – результат – стандарт *ANSI X.12 (host-based)*;

(Новомлинский, "Электронная Коммерция Тенденции развития в мире и в России")

# Этапы возникновения электронной коммерции

- **70-е годы.** В Англии происходят такие же процессы - поиск стандартных решений для обмена данными. Главная ориентация - на торговлю. Появился набор стандартов *Tradacoms* для международной торговли. Именно его Европейская экономическая комиссия - *UNECE (United Nations Economic Commission for Europe)* принимает в качестве международных стандартов *GTDI (General-purpose Trade Data Interchange standards)*;
- **80, 90-е годы.** На базе стандартов *GTDI* появляется международный стандарт *EDIFACT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport)*, принятый *ISO (ISO 9735)*;

(Новомлинский, "Электронная Коммерция Тенденции развития в мире и в России")

# Electronic Data Interchange (EDI – электронный обмен данными)

- электронный обмен деловой информацией и такими документами, как счета, заказы и погрузочные ордера, между деловыми партнерами.

**Инструментальные средства B2B** — связаны в основном с **электронным обменом данными (EDI — Electronic Data Interchange)** и программными агентами. Электронный обмен данными представляет собой электронный обмен деловой информацией и такими документами, как счета, заказы и погрузочные ордера, между деловыми партнерами. Он предназначен для преобразования оригинальных данных в формат, пригодный для передачи электронным путем, о чем речь пойдет далее в этой главе.

# Этапы возникновения электронной коммерции

- **90-е годы.** Бурный рост Интернет, связанный с появлением Web-технологии. Появился новый тип бизнеса - розничная торговля через Интернет. А так как Интернет был (и остается) более дешевой средой для передачи информации, чем концепция электронной почты через наложенные частные сети (VAN), то был создан стандарт *EDIINT (EDIFACT over Internet)*;
- В **1997** году появился еще один стандарт - *OBI (Open Buying on the Internet)*. В стандарте декларируются принципы, которым должно соответствовать программное обеспечение для Электронной Коммерции, поддерживающее открытые Интернет-стандарты. *OBI* опирается на *EDIINT*, но затрагивает значительно больший класс вопросов стандартизации всех форм взаимодействия между организациями, вовлеченных в полный цикл покупки-продажи-поставки;

(Новомлинский, "Электронная Коммерция Тенденции развития в мире и в России")

# Стратегии перехода от OFF-LINE к ON-LINE

- Создание «электронной витрины»;
- Создание нового полноценного канала сбыта для существующего товара\услуги в рамках ЭК;
- Создание нового направления, полноценно функционирующего в рамках ЭК на базе существующей компании;
- Создание «электронной» компании «с нуля».

# Отличия электронной коммерции от традиционной формы торговли

- По способам привлечения <sup>(начала)</sup> покупателей;
- По средствам психологического воздействия на покупателей;
- По способам подачи информации о товаре\услуге;
- По способам совершения покупки;
- По степени затрат при организации торговли;

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. – СПб: Питер, 2002

# Отличия электронной коммерции от традиционной формы торговли (окончание)

- По простоте посещения магазинов;
- По степени доступности;
- По качеству обслуживания;
- По времени выхода на рынок;
- По спектру товаров.

# Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК

(начало)

- Глобальное присутствие на всех рынках поставщиков и глобальный выбор заказчиков;
- Непрерывный режим работы;
- Наличие возможности непрерывного наращивания объёма продаж;
- Наличие большого потенциала для освоения новых сегментов рынка;
- «Равные» возможности доступа к рынку крупных и мелких компаний;

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. – СПб: Питер, 2002

## получаемые участниками ЭК

(продолжение)

- Значительное уменьшение затрат на проведение рекламы;
- Сокращение операционных издержек;
- Персонализация процесса обслуживания покупателей;
- Возможность «лёгкого» опережения конкурентов;
- Возможность эффективного управления процессами осуществления деятельности из любой точки;

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. – СПб:  
Питер, 2002

# Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК (продолжение)

- «Скорость» проведения маркетингового исследования ниш рынка и сегментов;
- Снижение затрат на обмен информацией;
- Ограничение темпов роста цен;
- Потенциальная возможность неограниченного роста числа покупателей;
- Увеличение «прозрачности» компании;

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. –  
СПб: Питер, 2002

# Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК (окончание)

- Сокращение расходов на содержание магазинов;
- Уменьшение себестоимости транзакций;
- и т.д.

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. –  
СПб: Питер, 2002

# Общие экономические выгоды, получаемые фирмами-производителями (начало)

- Возможность создания нового канала сбыта или освоения новой ниши;
- Возможность отказа от услуг посредников;
- Упрощение координации хозяйственных связей;
- Увеличение оперативности получения информации;
- Большая открытость фирм-производителей;

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. – СПб: Питер, 2002

# Общие экономические выгоды, получаемые фирмами-производителями (окончание)

- Повышение эффективности за счёт интеграции с заказчиками;
- Упрощение контактов;
- Сокращение операционных расходов;
- Быстрая актуализация клиентской информации;
- Экономия затрат у поставщиков;

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. – СПб: Питер, 2002

# Общие экономические выгоды, получаемые покупателями

(начало)

- Минимизация затрат времени на посещение магазинов;
- Обеспечение постоянной доступности магазинов для посещения;
- Упрощение процедуры поиска товаров;
- Возможность оперативного сравнения характеристик и цен товаров в различных магазинах;
- Индивидуализация обслуживания;

Царев В.В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. – СПб: Питер, 2002

# Общие экономические выгоды, получаемые покупателями

(окончание)

- Возможность получения экономии денежных средств;
- Вовлечение покупателей в процесс разработки и внедрения новых продуктов и услуг;
- Уменьшение затрат, связанных с оформлением акта купли-продажи;
- Сокращение пути поставки товара покупателю;
- «Ускоренная» обратная связь с «магазином»

# Ограничения электронной коммерции (начало)

- Безопасность;
- Целостность системы данных;
- Масштабируемость;
- Проблемы исполнения заказов;
- Проблемы взаимоотношения с потребителем;

(Электронная коммерция. Практическое руководство:  
Пер. с англ./Илайес Эвод)

# Ограничения электронной

## КОММЕРЦИИ (окончание)

- Продукция, которую не желают покупать в ON-LINE;
- Общая уязвимость;
- Отсутствие подготовки специалистов по ЭК;
- Большой риск при начале своего дела;

(Электронная коммерция. Практическое руководство:  
Пер. с англ./Илайес Эвод)

# Электронный бизнес

Электронный бизнес - бизнес, основанный на использовании информационных технологий с тем, чтобы обеспечить оптимальное взаимодействие деловых партнеров и создать интегрированную цепочку добавленной стоимости.

Электронный бизнес включает: продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и поддержку партнерских отношений.