

Содержание электронной коммерции и электронного бизнеса

Вопросы темы:

1. Бизнес и коммерция
2. Понятие ЭК и отличие ЭК от ЭБ
3. Субъекты и объекты ЭК. Сектора ЭК
4. От OFF-LINE к ON-LINE бизнесу

Вопрос 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.

Бизнес и его содержание

К предпринимательству законодательство относит любые виды хозяйственной деятельности, коммерческое посредничество, торгово-закупочную, инновационную, консультационную деятельность, операции с ценными бумагами.

Различают следующие основные виды предпринимательства:

- производственное;
- коммерческое;
- финансовое.

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.

Коммерческое предпринимательство

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

Финансовое 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.

Коммерция и её содержание

- Коммерция - деятельность, направленная на получение прибыли.
- Коммерция - предпринимательская деятельность, доход от которой образуется в(за) счет посреднической и/или торговой деятельности.

Коммерция и её содержание

- Коммерческие операции – (в широком смысле) любые предпринимательские операции, бизнес операции либо (в узком смысле) торговые операции купли-продажи.

Основные свойства бизнеса

- Глобальность \ локальность;
- Прибыльность \ убыточность;
- Управляемость \ неуправляемость;
- Стабильность \ изменчивость;
- и др.

Вопрос 2.

Понятие ЭК и отличие ЭК от ЭБ

Сетевая экономика

- 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

- Электронный бизнес (ЭБ) - 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.

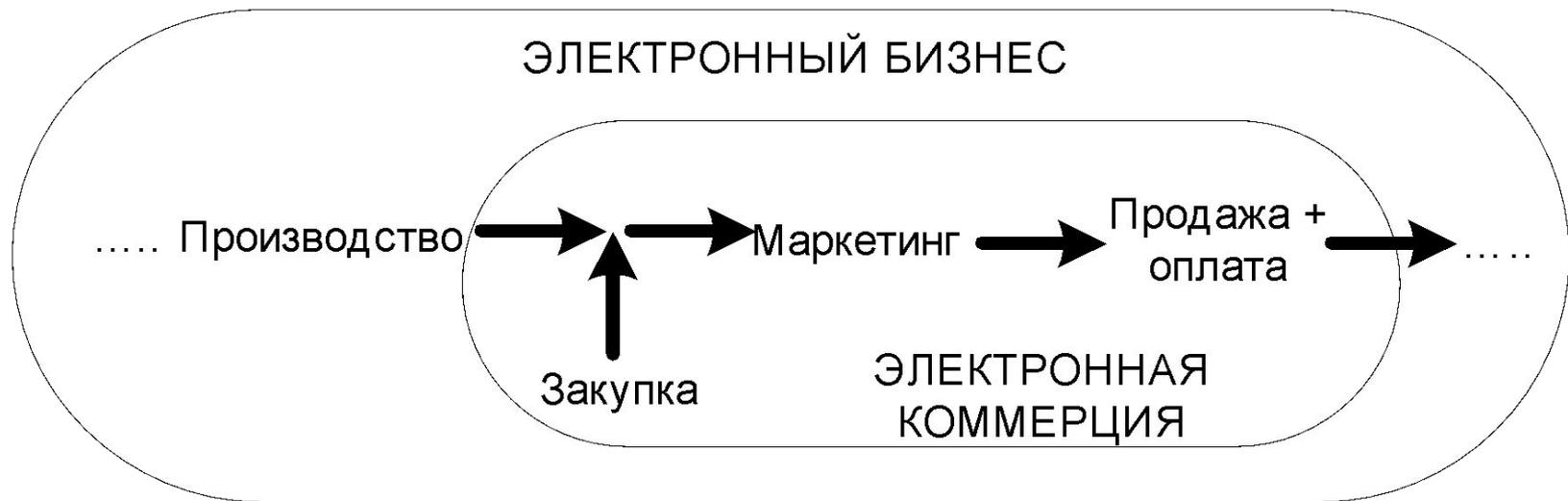
Что такое электронная коммерция

- 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.

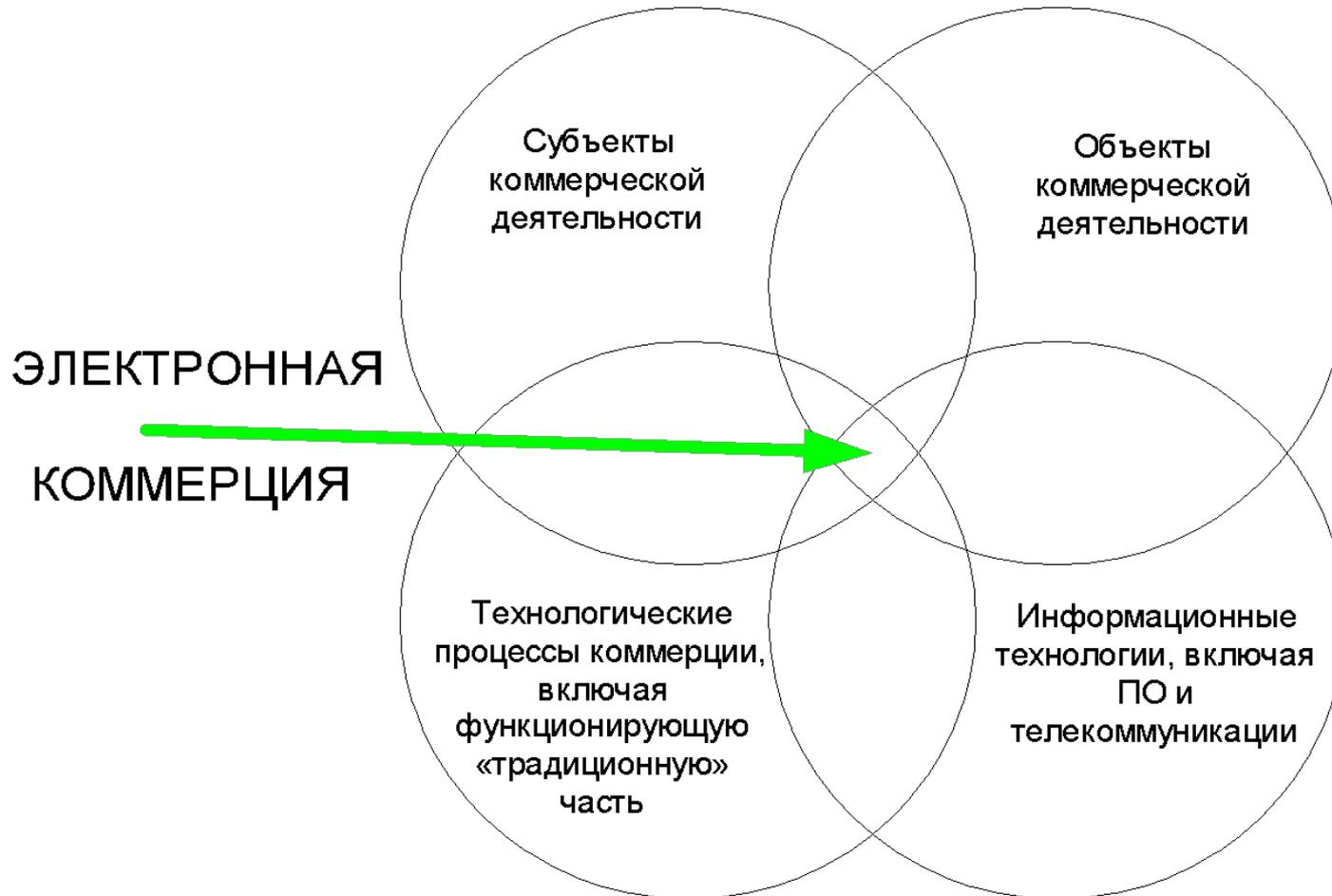
Основные отличия ЭК от ЭБ

- 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 добавления потребительской стоимости, интегрируя в цепочки несколько компаний;
- основной упор электронный бизнес находится в сфере управления цепочками поставщиков и внутренней деятельности компании;

Место ЭК в ЭБ



Содержание ЭК



Особенности сетевого сектора ЭКОНОМИКИ

- Перемещения людей заменяются перемещением товаров
- Производство перемещается в страну-потребитель для товаров, имеющих устойчивый спрос
- Возрастает конкуренция на рынке труда
- Возрастает роль домашнего умственного труда
- Возрастает оперативность принятия решений

Особенности сетевого сектора ЭКОНОМИКИ

- **Появляются новые формы расчетов**
- Увеличивается динамика смены бизнес-партнеров
- Выравниваются информационные возможности крупных и мелких фирм
- Возникает управление на коллективной и равноправной основе

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.

Вопрос 4.

**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 *TDCS (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)*;

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)*;

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;

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 покупателей;
- По средствам психологического воздействия на покупателей;
- По способам подачи информации о товаре\услуге;
- По способам совершения покупки;
- По степени затрат при организации торговли;

Отличия электронной коммерции от традиционной формы торговли

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

Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК

- 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;

Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК

- 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;

Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК

- «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;

Общие экономические выгоды, получаемые участниками ЭК

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

Общие экономические выгоды, получаемые фирмами-производителями

- 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;

Общие экономические выгоды, получаемые фирмами-производителями

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

Общие экономические выгоды, получаемые покупателями

- 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;

Общие экономические выгоды, получаемые покупателями

- 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

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

Ограничения электронной коммерции

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