

Лекция Тема № 11

Интернет и бизнес

Сущность интерактивного бизнеса и виртуальной экономики

Основные схемы организации систем электронной коммерции

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ

Электронные платежные системы

- *Интерактивный бизнес* представляет собой бизнес по обмену экономической информацией между субъектами рынка с помощью современных информационных технологий. На основе интерактивного бизнеса современная экономика приобретает совершенно другое наполнение, она становится *виртуальной экономикой*. Виртуальная экономика, базируясь на интерактивном бизнесе, позволяет в значительной степени повысить эффективность бизнес - коммуникаций.

- В сфере торговли с появлением интерактивного бизнеса происходит переход от прямого личного контакта покупателя с продавцом — к замене этого контакта средствами современных информационных технологий. К числу новых форм интерактивного бизнеса в сфере торговли относят электронную и мобильную торговлю.

- Виртуальная экономика характеризуется следующими параметрами. Она охватывает хозяйство всего земного шара через глобальную сеть Интернет, через World Wide Web. Рынок виртуальной экономики резко отличается от рынка традиционной экономики. Рынок традиционной экономики - это рынок, имеющий почти полную симметричность. Рынок представляет собой совокупность продавцов и покупателей, взаимодействие которых приводит в итоге к возможности обмена «товар — деньги».

- Наглядность товара, возможность его потрогать и проверить его в действии и т. п., означает симметричность рынка, т. е. полное соответствие спроса покупателя предложению продавца.
Рынок виртуальной экономики - это асимметричный рынок.

- Асимметричный рынок означает, что один из участников рынка (продавец и покупатель) знает о товаре больше другого, т.е. на рынке используется асимметричная информация. При продаже товара через сеть Интернет или через мобильную связь продавец товара знает о нем больше, чем покупатель товара. Инвестор, берущий кредит в банке (заемщик) знает о сделке больше продавца денег (банка, т. е. кредитора). Для повышения уровня соответствия спроса покупателя предложению продавца, т. е. для снижения асимметричности рынка, используют целый комплекс приемов, образующих в совокупности механизм симметричности рынка.

Электронная коммерция и традиционная торговля

- *Электронная коммерция* является одной из форм торговли, то есть процесса обмена товаров продавца на деньги покупателя. Поэтому для электронной коммерции характерны основные операции традиционной торговли.

Общие черты электронной коммерции и традиционной торговли

- ознакомление покупателя с достоинствами товара;
- демонстрация его внешнего вида;
- описание основных достоинств;
- консультации по рациональному использованию;
- выбор покупателем товара;
- оплата выбранного товара;

- комплектование и оформление продавцом товара, отпуск товара покупателю;
- доставка выбранного товара на дом;
- доработка товара для его использования, если это необходимо (сборка, наладка);
- послепродажное обслуживание (если это предусматривается покупкой).

Отличия электронной и традиционной торговли

1. По способам привлечения покупателей.

Электронная витрина и вход в магазин объединены вместе. Вся рекламная информация размещается на витрине электронного магазина. Это краткая и понятная для покупателя форма, из которой понятно: что, где и как можно приобрести.

По средствам психологического воздействия на покупателей.

2. Продавцы лишены возможности оказывать психологическое воздействие на покупателей в системе электронной торговли. Здесь исключается возможность, например, такого воздействия на покупателя, как демонстрация своего обаяния, респектабельности и привлекательности.

По способам подачи информации о товаре.

3. При обычном торговом процессе знакомство с товаром происходит лично. В электронном магазине такое знакомство происходит путем внимательного изучения покупателем информационного описания и соответствующих характеристик товара.

По способам совершения покупок.

4. При обычном торговом процессе приобретение товара покупателем происходит лично. В электронном магазине при покупке товара покупатель проходит регистрацию и *оформление заказа через Интернет*

По степеням затрат при организации торговли.

5. Организация торговли и обслуживания через электронный магазин делает наличие зданий магазинов, складов и офисов, а также всевозможного торгового оборудования необязательным. Это позволяет сократить затраты на сбыт, рекламу и содержание розничной сети, а продукция может реализоваться дешевле.

6. По простоте посещения магазинов.
7. По степени доступности.
8. По качеству обслуживания.
9. По времени выхода на рынок.
10. По спектру товаров.

Основные схемы организации систем электронной коммерции

- *Первая* схема организации систем электронной коммерции называется «*бизнес для потребителя*» или B2C (Business to Consumer). Подобная форма организации предусматривает прямые продажи потребителям. При условии надежной работы почтовых служб по доставке приобретаемых товаров B2C способна обеспечить потребителей как крупных, так и небольших населенных пунктов различных стран и континентов.

- *Вторая схема* организации систем электронной коммерции - «*бизнес для бизнеса*» или B2B (Business to Business) представляет собой бизнес-транзакции в межкорпоративном сегменте электронной коммерции. С помощью такой формы электронной коммерции компания получает свежие ценовые предложения от поставщиков, предлагает свои коммерческие предложения, а также заключает сделки, получает и отправляет денежные суммы.

- Средой функционирования B2B-систем служат *электронные торговые площадки*. На них заключаются сделки купли-продажи между компаниями, выставляются заявки на покупку или продажу товаров, предоставляется информация о событиях и котировках, маркетинговые и финансовые услуги, имеется каталог основных отраслевых товаров.

- Электронные торговые площадки классифицируют по функциональным возможностям - выделяют *электронные каталоги* (покупатели находят продавца товарных позиций с фиксированной ценой), *электронные биржи* (электронное подобие реальных бирж), *электронные аукционы* (электронное подобие реальных аукционов и виртуальных аукционов В2С), *электронные сообщества* (форумы и клубы по бизнес-интересам).

Теоретические основы построения систем электронной коммерции

- Системы реализации ЭК принято называть *«платформами» электронной коммерции*, они дают возможность компании разрабатывать и внедрять Интернет-проекты практически без постоянного привлечения специалистов со стороны.

Основные платформы

Это электронно-коммерческие платформы с высоким уровнем поддержки бизнес-пользователей: ATC Dynamo Commerce Server, Customer Interaction System, One-to-one Enterprise E-commerce platform, WebSphere Commerce Suite, Enfinity, Allaire Spectra, Commerce Exchange, Commerce Server и BizTalk Server, OrderManager, а также пакет программных продуктов OpenMarket.

Платформа ATG Dynamo Commerce Server

- Dynamo Commerce Server компании Art Technology Group (ATG) представляет собой платформу для построения B2B- и B2C-приложений. Использование ATG требует дополнительного программирования на Java, а также наличия администратора базы данных. Продукт позволяет осуществлять баланс загрузки, кэширование, управление сессиями и резервное копирование. Считается гибким решением с мощными коммерческими, маркетинговыми и персонализационными функциями.

Платформа Customer Interaction System

- Основная особенность Customer Interaction System состоит в эффективном онлайн-брендинге и персонализации для коммерческих сайтов и приложений электронного бизнеса.

Программный продукт содержит подсистемы «Склад» (Store), «Постановка» (Staging) и «Сбыт» (Merchant), а также интеграционные интерфейсы. Подсистема «Сбыт» поддерживает функции бэк-офиса, она содержит базы данных потребительских транзакций, торговли и прочих бизнес-процессов.

- Платформа компании Broad Vision BroadVision имеет развитые возможности по управлению транзакциями и обработке заказов. Заказ может быть принят с помощью интернет-средств либо по телефону. Далее выполнение заказа может контролироваться на любом уровне (мониторинг в режиме реального времени), а когда заказ выполнен, покупатель может быть оповещен по электронной почте.
- Функциональная подсистема «One-to-one» дает возможность использовать всевозможные маркетинговые ходы. К примеру, использовать цвет и оформление, проводить рекламные кампании и устанавливать гибкие скидки, применять дисконты и купоны.

Платформа WebSphere Commerce Suite

- Платформа компании IBM «WebSphere Commerce Suite» представляет собой полностью пакетное решение с инструментами, необходимыми для построения сложных приложений электронной коммерции для программных продуктов, обслуживающих сбыт. Платформа предоставляет бизнес-пользователям возможность участия в процессе разработки и обслуживания.

Платформа Intershop Enfinity

- Продукт компании Intershop Communications является мощным приложением для крупных компаний в области сбыта и услуг через Интернет, так как дает возможность использования систем электронной торговли через собственный Интернет-ресурс.
- В платформе хорошо проработаны возможности визуализации, сбыта и маркетинга. Платформа позволяет сравнивать однотипные продукты, устанавливать скидки и проводить рекламные акции.

Платформа Allaire Spectra

- Продукт Spectra компании Allaire служит пакетным решением для создания коммерции, контента и персонализации на масштабируемой платформе. Платформа состоит из трех основных частей: контент-объектного API (среды разработки объектов контента, состоящего из свойств и методов), Webtop (интерфейса на основе браузера, для бизнес-менеджеров, администраторов и дизайнеров сайта) и сервисы (управления содержимым, автоматизации обработки информации, безопасности системы, персонализации и бизнес-анализа).

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ

- В мире уже существует множество платежных систем, основанных на применении электронных расчетов. Однако точного правового определения термина "электронные деньги" не существует, причем не только в России. Это понятие применяется к различным способам платежей, применяемым на практике, причем эти способы оплаты могут в корне отличаться друг от друга.

- Поэтому для большей корректности часто употребляют такие выражения как: "новые системы оплаты", "Интернет-платежи", "электронная стоимость" и т.п
- В десяти промышленно развитых странах G10 "электронными деньгами" называют стоимость, помещенную в электронном виде на устройство типа чиповой карты или жесткий диск персонального компьютера.

Расчеты с применением электронной стоимости

- Существует несколько вариантов расчетов с применением электронной стоимости независимо от того загружается ли она на карту или в виртуальный бумажник:

- 1. Денежные средства остаются на счете клиента в банке до тех пор пока электронная стоимость не будет переведена на счет продавца. То есть, в момент оплаты за покупку продавец получает не сами деньги, а электронную стоимость (или это можно назвать как угодно иначе), которую он потом может предъявить в банк или иную организацию для получения уже настоящих денег или в момент покупки дается поручение (естественно электронное) о переводе денежных средств со счета покупателя на счет продавца.

2. Электронная стоимость "загружена" на карту или в бумажник клиента, денежные средства переводятся с резервного или иного счета, находящегося в какой-либо организации, которая осуществляет платеж. В данном случае идет указание этой организации осуществить платеж. И эта третья сторона выступает посредником (комиссионером, агентом) между продавцом и покупателем.

3. Карта выпускается третьей стороной, которая обеспечивает электронную стоимость банкам и клиентам, клиент платит за электронную стоимость со своего банковского счета или наличными в момент приобретения.
 4. Карта выпускается третьей стороной, банк платит за электронную стоимость и затем перепродает ее клиентам.
- **Все российские системы электронных платежей обязательно используют банковские счета.**

Электронные платежные системы

1. С помощью услугами платежной интернет-системы.
2. Путем оплаты товара или услуги через интернет с помощью банковской кредитной карты.
3. С помощью почтового перевода.
4. Путем передачи денег курьеру из рук в руки.
5. За счет перевода средств на счет магазина через интернет из своего банка

- *Платежные интернет-системы* существуют за счет процентных платежей, предоставляя покупателям своеобразный электронный кошелек. Денежная сумма покупателя помещается на его личный счет и существует там в виде электронных рублей или иных электронных денег, расчетных единиц. По сути дела электронные рубли представляют собой документ в электронном виде, имеющий реквизиты и удостоверенный электронной цифровой подписью.

- Физически электронный кошелек может находиться на жестком диске компьютера в виде программного элемента, либо в виде магнитной карты. Если покупатель расплачивается средствами электронного кошелька, проводится проверка на подлинность электронной подписи и, если платежная система подтверждает достоверность доступа пользователя и наличие на его счету требуемой суммы, сделка может быть осуществлена.

- Для использования банковского счета при оплате Интернет-покупок требуется совершить более сложную процедуру. На первом этапе покупатель должен завести счет в финансовом учреждении, позволяющий работать с банком через Сеть. На втором этапе следует убедиться, предоставляет ли Интернет-продавец товара возможность оплаты по безналичному расчету. После выполнения этих двух условий покупатель вынужден не только выбрать товар на сайте продавца, указать безналичную форму оплаты, но и активизировать Интернет-сайт банка, на котором ему нужно будет создать платежное поручение.

Электронные платежные системы

- Платежная система «CyberPlat»
- Система создана в 1999 г. и реализует возможности оплаты с помощью банковских кредитных карт, электронных денег, а также предоплаченных карточек (скретч-карт). К преимуществам системы относят: большое количество подключенных интернет-магазинов, реализацию нескольких технологий оплаты, международную сертификацию.

Платежная система «CyberPlat»

- К недостаткам - ориентацию на преимущественное обслуживание банковских кредитных карт малого распространения, необходимость установки специализированного программного обеспечения, передачу конфиденциальной информации через Интернет, высокую стоимость для интернет-магазинов..

Платежная система «CyberPlat»

- Расчеты покупателя с магазином по пластиковой карточке отличаются от безналичного расчета только тем, что карточку следует заранее регистрировать в банке «Платина», а вместо осуществления платежа самим банком данные о транзакции направляются к тому же на авторизацию и проведение оплаты в карточную платежную систему.
- Технология предусматривает наличие двух функциональных частей - для безналичных расчетов с текущего счета клиента и для расчетов по принадлежащей клиенту платежной карточке. Практическая работа с системой состоит из основных шести шагов.

Платежная система «CyberPlat»

- 1 Покупатель выбирает товары или услуги в Интернет-магазине и извещает магазин о желании их приобрести.
2. Магазин формирует счет, подписывает его своей электронной цифровой подписью (ЭЦП) и пересылает его покупателю для оплаты.
3. Покупатель подтверждает свое намерение произвести оплату, подписывает счет (платежное поручение) своей ЭЦП и отправляет его в магазин.

Платежная система «CyberPlat»

4. Магазин передает запрос для авторизации и проведения платежа в банк.
5. Банк проводит проверку счета (платежного поручения) и в зависимости от результатов проверки осуществляет платеж, сохраняет счета и результаты платежа, передает результат проверки счета (платежного поручения) в магазин.
6. Магазин передает товар или оказывает услугу покупателю

Платежная система «WebMoney»

- Платежная система WebMoney имеет ряд отличий, так как в качестве средства расчетов служат титульные знаки WebMoney (WM). Они бывают трех типов: WM-R (аналог рублей), WM-Z (аналог американских долларов), WM-C и WM-D (аналог американских долларов для специализированных C- и D-кошельков).

«WebMoney»

- Достоинства: анонимность пользователя и бесплатное подключение интернет-магазинов. К недостаткам платежной системы относят: необходимость установки программного обеспечения (как в случае работы с CyberPlat), риски потери средств в случае поломки компьютера или удаления информации, оплату комиссионных покупателем.

Платежная система «Pay Cash»

- Платежная система PayCash работает на рынке с 1999 г. В основе системы лежит принцип электронного кошелька, не привязанного к какому-либо конкретному компьютеру. Для доступа к кошельку имеется ключ, применяются технологии электронной цифровой подписи под электронными документами. Началом работы с системой служит открытие счета в банке системы PayCash и конвертация денежных средств в электронную форму.

Платежная система «Pay Cash»

- Достоинства системы - анонимность платежей, простота использования и бесплатное подключение интернет-магазинов. Недостатки: пополнение кошелька через несколько дней после оформления авансового платежа, высокий процент при пополнении кошелька посредством телеграфного перевода, риск потери денег при удалении информации, отсутствие поддержки банковским законодательством.

- Платежная система PayCash - это сеть электронных кошельков, каждый из которых представляет собой защищенную клиентскую программу, позволяющую переводить/получать цифровую наличность в/из других кошельков, хранить ее в интернет-банке, конвертировать, выводить из системы на традиционные банковские счета или в другие платежные системы, и так далее. Цифровая наличность PayCash имеет все положительные качества обычных наличных денег, добавляя к ним более высокую степень защищенности, приватности, но главное - экономичности собственно платежной системы.