

image not found or type unknown



Соответственно в своей работе я хочу отразить, что такое электронный бизнес и его суть деления на классы, плюсом ко всему оценить общий объём рынка электронного бизнеса России в 2019-2020 гг.

Для начала необходимо понять, что же такое электронный бизнес. Понятие «электронный бизнес» означает бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем. Электронный бизнес включает: продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей, поддержку партнерских отношений и др. Соответственно данная бизнес-модель имеет ряд преимуществ как для производителя, так и для потребителя. Для производителя: уменьшаются затраты на аренду помещений, складские запасы; открываются новые рынки сбыта; осуществляется более гибкое управление; появляется обратная связь от клиента и т. д. Для потребителя: конфиденциальность, доставка, полнота информации, отсутствие эмоционального воздействия, удобство и т. д. Исходя из данных преимуществ можно сделать вывод, что электронный бизнес очень нужная и необходимая вещь в нашей жизни. К функциям электронного бизнеса можно отнести обмен информацией, возможность организации виртуальных мероприятий, продажа товаров и услуг, возможность электронной оплаты, проведение маркетинговых исследований, пред- и послепродажная поддержка и многое другое.

Теперь необходимо рассмотреть классы промышленных систем электронного бизнеса. Они делятся на ERP, CRM, BI, ECM, HRM, SCM. Давайте поговорим коротко о каждом классе.

ERP (Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия). ERP - организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством специализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения, обеспечивающего общую модель данных и процессов для всех сфер деятельности. ERP-система — конкретный программный пакет, реализующий стратегию ERP. В качестве характеристической особенности ERP-стратегии отмечается принципиальный подход к использованию единой

транзакционной системы для подавляющего большинства операций и бизнес-процессов организации, вне зависимости от функциональной и территориальной разобщённости мест их возникновения и прохождения, обязательность сведения всех операций в единую базу для последующей обработки и получения в реальном времени сбалансированных планов.

CRM (Customer Relationship Management - Система управления взаимоотношениями с клиентами). CRM - прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов. CRM — модель взаимодействия, основанная на теории, что центром всей философии бизнеса является клиент, а главными направлениями деятельности компании являются меры по обеспечению эффективного маркетинга, продаж и обслуживания клиентов. Поддержка этих бизнес-целей включает сбор, хранение и анализ информации о потребителях, поставщиках, партнёрах, а также о внутренних процессах компании. Функции для поддержки этих бизнес-целей включают продажи, маркетинг, поддержку потребителей. CRM-система может включать: фронтальную часть, операционную часть, хранилище данных, аналитическую подсистему, распределительную систему поддержки продаж.

BI (Business Intelligence) - обозначение компьютерных методов и инструментов для организаций, обеспечивающих перевод транзакционной деловой информации в человекочитаемую форму, пригодную для бизнес-анализа, а также средства для массовой работы с такой обработанной информацией. Цель BI — интерпретировать большое количество данных, заостряя внимание лишь на ключевых факторах эффективности, моделируя исход различных вариантов действий, отслеживая результаты принятия решений. BI поддерживает множество бизнес-решений — от операционных до стратегических. Основные операционные решения включают в себя позиционирование продукта или цен. Стратегические бизнес-решения включают в себя приоритеты, цели и направления в самом широком смысле. BI наиболее эффективен, когда он объединяет данные, полученные из рынка, на котором работает компания (внешние данные), с данными из источников внутри компании, таких как финансовые и производственные (внутренние данные). В сочетании внешние и внутренние данные дают более полную картину бизнеса, или те самые «структурированные данные» (англ. intelligence) — аналитику, которую

нельзя получить только от одного из этих источников.

ECM (Enterprise Content Management - Управление корпоративным контентом). ECM - управление цифровыми документами и другими типами контента, а также их хранение, обработка и доставка в рамках организации. Управляемая информация (контент) предполагает слабую структурированность: это могут быть файлы различных форматов, электронные документы с различными наборами полей. ECM-система — программное обеспечение для управления корпоративным контентом. Часто ECM-системы считаются особой разновидностью систем управления содержимым. На постсоветском пространстве понятие ECM-системы зачастую трактуется как сходное с понятием «системы электронного документооборота» (СЭД). По определению Gartner, ECM — это стратегическая инфраструктура и техническая архитектура для поддержки единого жизненного цикла неструктурированной информации (контента) различных типов и форматов. Gartner определяет современные ECM-системы как программные решения, реализующие следующие ключевые компоненты: управление документами, управление образами документов, управление записями, управление потоками работ, управление веб-контентом, управление мультимедиа-контентом, управление знаниями, документоориентированное взаимодействие.

HRM (англ. Human Resource Management - Управление персоналом). HRM - область знаний и практической деятельности, направленная на обеспечение организации качественным персоналом, способным выполнять возложенные на него трудовые функции, и оптимальное его использование. Управление персоналом является неотъемлемой частью качественных систем управления организации. Основные методы управления персоналом, реализуемые с помощью HRM-системы: экономические (материальное стимулирование и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость, прибыль, цена), организационно-распорядительные (поддержание дисциплины, возложение ответственности, применение средств принуждения, нормативно-документальное закрепление функций), социально-психологические (мотивация, моральное поощрение, социальное планирование). Основные задачи, решаемые HRM-системой: комплектация штата предприятия в соответствии со стратегией его развития в кратко-, средне- и долгосрочной перспективах; привлечение, удержание и мотивация наиболее квалифицированного персонала; создание системы подготовки руководящего резерва, обеспечение преемственности руководства и снижение риска кадровых потерь; ориентация службы управления персоналом на достижение производственных результатов; обеспечение развития и обучения

персонала в соответствии с целями деятельности предприятия и его подразделений; реализация оптимальной и с низкими затратами функции учета в сфере управления персоналом.

SCM (англ. Supply Chain Management - Управление цепочками поставок). SCM - управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект (снижение издержек, удовлетворение спроса на конечную продукцию). SCM-система — прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения: закупку сырья и материалов, производство, распространение продукции. Существуют самостоятельные тиражируемые SCM-системы, решения, реализуемые как составная часть ERP-систем, а также уникальные системы, создаваемые для конкретного предприятия. В составе SCM-систем обычно выделяется два крупных блока: планирование цепей поставок, исполнение цепей поставок.

Теперь перейдем к последнему блоку – оценка общего объёма рынка электронного бизнеса России в 2019-2020 гг. В 2019 г доля онлайн-продаж выросла до 2%, Российский рынок онлайн-доставки продуктов вырос на 50%, порог беспошлинного ввоза товаров снижен до 20 евро. По данным Росстата, оборот розничной торговли в России в 2019 году составил 33 трлн 532,1 млрд рублей (в том числе оборот торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями — 16 трлн 62,3 млрд рублей, непродовольственными товарами — 17 трлн 469,8 млрд рублей). Таким образом, на онлайн-сегмент пришлась выручка в размере около 670,62 млрд рублей. В первой половине 2020 года российский рынок интернет-торговли, особенно в сегменте продуктов питания, растёт ускоренными темпами в связи с пандемией коронавируса COVID-19. По данным Национальной ассоциации дистанционной торговли (НАДТ), на долю продуктов питания в российском онлайн приходится меньше 3% от общих продаж. При этом в 2019 году ежемесячный рост составлял не более 5%. В 2019 году объем российского рынка онлайн-торговли в денежном выражении составил \$16,3 млрд (+58% к 2018-му). Количество заказов составило 375 млн (+66%) при снижении среднего чека на 12% — до 2,6 тыс. рублей, подсчитали в НАДТ. По данным аналитиков GfK, к февралю 2019 года в России насчитывается более 90 млн интернет-пользователей, что является самым

большим показателем в Европе. 75,4% россиян имеют доступ в интернет, а при помощи смартфонов в сеть выходят 59% пользователей. При этом в стране больше смартфонов, чем людей. Высок и потенциал онлайн-торговли в России. Если в 2017 году продажи физических товаров через интернет измерялись \$18 млрд, то в 2020 и 2023 годах оборот может достигнуть \$31 млрд и \$52 млрд соответственно. Объем всего рынка электронной коммерции (с учетом продаж товаров и услуг) оценен в \$26 млрд по итогам 2016 года (данные Morgan Stanley). В итоге можно сделать вывод, что Россия становится одной из крупнейших IT – держав.

Выполнила: студентка 2 курса, Ерёмина Виктория Владимировна, ДБМ204КР.