

image not found or type unknown



ВВЕДЕНИЕ

Долгое время глобальная сеть Internet использовалась исключительно для обмена почтовыми сообщениями и пересылок файлов. Однако в последнее время мир современных технологий представляет эту сеть как часть развитой инфраструктуры, которая охватывает все основные информационные центры, мировые библиотеки, базы данных научной и правовой информации, многие государственные и коммерческие организации, биржи и банки. Поэтому владельцы и представители крупных фирм активно развивают различные виды и методы ведения коммерческой деятельности, а именно электронного бизнеса, как основной формы бизнеса, реализующейся в значительной степени посредством внедрения информационных технологий в процессы производства, продажи и распределения товаров и услуг, то есть электронной коммерции.

Динамичное развитие информационных технологий и их все более активное использование в коммерческой деятельности дают основание для вывода о существовании устойчивой тенденции увеличения доли электронной коммерции в сопоставлении с традиционной. Электронная коммерция пользуется особой популярностью в таких странах как США, Канада, Великобритания, Германия, Франция, Япония и в других развитых странах.

Зачастую люди путают такие два понятия, как электронный бизнес и электронная коммерция. Энциклопедия Интернет-бизнеса придерживается следующей трактовки: электронный бизнес – это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания. Однако, это отображает процессы, связанные в основном с использованием сети Интернет, тогда как развитие электронного бизнеса уже перешло этот этап и развивается в новой эре. Таким образом, электронный бизнес (е-бизнес) можно понимать как реализацию бизнес-процессов с использованием возможностей информационных и телекоммуникационных технологий.

Внутренняя организация компании на базе единой информационной сети (интранет), повышающей эффективность взаимодействия сотрудников и оптимизирующей процессы планирования и управления; внешнее взаимодействие

(экстранет) с партнерами, поставщиками и клиентами – все это составные части электронного бизнеса. Одним из важнейших составных элементов электронного бизнеса является электронная коммерция. Под электронной коммерцией подразумевают любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий, систем и сетей.

Электронная коммерция представляет собой средство ведения бизнеса в глобальном масштабе. Именно оно позволяет компаниям более полно взаимодействовать с поставщиками и быстрее реагировать на запросы и ожидания клиентов. Таким образом фирмы получают возможность выбора поставщиков независимо от географического расположения, а также возможность выхода на глобальный рынок со своими товарами и услугами.

Процесс реализации товаров и услуг подразделяют на маркетинг, рекламу и продажу, понятия, которые и взаимосвязаны, и взаимозависимы друг от друга. Маркетинг – это те действия, которые принимаются для того, чтобы привлечь потенциальных потребителей и клиентов, и рассказать им о предлагаемых товарах и услугах. Реклама – это часть маркетинга, это рассказ о фирме и о том, что она предлагает. Продажа – это следующий шаг, совершение сделки с потребителем или клиентом.

КЛАССЫ ПРОМЫШЛЕННЫХ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Электронный бизнес - это способ заработка денег посредством электронных устройств. Существует еще одно определение электронного бизнеса: электронный бизнес - это предоставление услуг или конечного продукта через электронные средства. Телевидение, телефон, Интернет являются таковыми.

В настоящее время особую значимость имеет тенденция к использованию информационных систем, развитию информационных технологий и росту информационной инфраструктуры в целом, что в свою очередь, ведет к изменениям ведения электронного бизнеса. В организации формируются корпоративные информационные системы (КИС), совершенствуются бизнес — модели, пересматриваются бизнес — процессы, что обуславливает высокую значимость ведения эффективного электронного бизнеса.

Существуют следующие классы информационных систем электронного бизнеса:

1.ERP (англ. Enterprise Resource Planning, планирование ресурсов предприятия) — 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[1][2]. ERP-система — конкретный программный пакет, реализующий стратегию ERP.

2.Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система, сокращение от англ. Customer Relationship Management) — 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.

3. 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.

4. ECM(Enterprise Content Management) - расширяет концепцию управления контентом , добавляя временную шкалу для каждого элемента контента и, возможно, применяя процессы для их создания, утверждения и распространения. Системы, которые реализуют ECM, обычно предоставляют безопасное хранилище для управляемых элементов, будь то аналоговые или цифровые, которые

индексируют их. Они также включают один или несколько методов импорта контента для управления новыми элементами и несколько методов представления, чтобы сделать элементы доступными для использования.

Хотя возможно, что контент в ECM защищен DRM, это не требуется.

Ключевая особенность ECM, которая отличает его от «простого» управления контентом, состоит в том, что ECM, по крайней мере, осведомлен о процессах и процедурах предприятия, для которого он создан, и, как таковой, является специфическим для него.

5. HRM(англ. Human Resource Management) - HRM - управление персоналом. HRM (human resources management, управление персоналом, HR-менеджмент) — область знаний и практической деятельности, направленная на привлечение в организацию квалифицированного персонала, способного выполнять возложенные на него обязанности, и оптимальное его использование. Управление персоналом является неотъемлемой частью автоматизированных систем управления предприятием.

6. SCM (англ. Supply Chain Management – Управление цепями поставок) – это логистическая концепция, основанная на интегрированном управлении логистическими бизнес-процессами на всех этапах снабжения и товародвижения на основе обработки оперативной информации о движении материального потока.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение можно сделать вывод, что электронная коммерция — это новый этап в ведении бизнеса. Но тем не менее это продолжение обычного бизнеса с помощью онлайн-средств. В последнее время отмечается, что электронный бизнес становится все более популярным для потребителей, и все более выгодным для производителей. Всех привлекает простота осуществления заказов, скорость поиска необходимых товаров и услуг, широкий выбор предоставляемой продукции. В связи с этим все более востребовано усовершенствование компьютерных технологий, которое ведет не только к упрощению виртуальных заказов, но и к улучшению качества осуществляемых операций, а также к повышению надежности заказов.