

image not found or type unknown



1. Вступление.

Учитывая, что в современной жизни с каждым днем люди все больше и больше пользуются электронное оборудование и средства коммуникации, можно уверенно сказать, что электронный бизнес очень актуален.

Все больше компаний начинают вести свой бизнес через интернет.

Конечно, в большей степени электронный бизнес актуален в больших городах, но со временем он распространится по всем населенным пунктам страны, сколько бы времени на это не ушло.

И чтобы понимать, как правильно вести электронный бизнес, нужно разобраться подробнее, что он из себя представляет.

2. Понятия бизнес-процессов.

Для начала нужно разобраться в том, что же из себя представляет бизнес. Бизнес – это экономическая деятельность, направленная на регулярное получение, прибыли посредством производства или продажи различных товаров, или от оказания всевозможных услуг.

В свою очередь электронный бизнес – это современное направление развития компании, состоящее в переводе части ее деятельности в электронную форму. Основная задача электронного бизнеса – это расширение клиентской базы, повышение эффективности деятельности за счет оперативности и, как результат, - увеличение дохода.

То есть электронный бизнес можно назвать помощником для основного бизнеса.

Электронный бизнес очень облегчает коммуникации и процессы при ведении бизнеса. Преимущество электронного бизнеса в том, что любая деловая активность происходит с помощью интернета. Поэтому электронный бизнес – самая экономичная и быстрая сфера деятельности, которая преодолевает все границы.

Бизнес-процесс — это регулярно повторяющаяся последовательность взаимосвязанных мероприятий (операций, процедур, действий), при выполнении

которых используются ресурсы внешней среды, создается ценность для потребителя и выдается ему результат.

С помощью электронного бизнеса бизнес-процесс можно ускорить и облегчить.

3. История электронного бизнеса.

История развития электронного рынка началась в конце 1960-х годов, когда Министерство обороны США создало сеть компьютеров военного ведомства, получившую название ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network). Быстро осознав полезность такого рода сети, ученые университетов и колледжей создали аналогичную сеть для обмена информацией. Постепенно возникали новые и новые локальные сети, объединявшиеся между собой. Таким образом, к концу 80-х годов XX в. под термином Интернет стали понимать мировую «сеть сетей».

В ходе развития Интернет сформировались электронные связи индивидуальных и корпоративных пользователей, что явилось базой для создания новой электронной среды, в которой информация стала более значимой и более доступной. Интернет является одновременно и причиной и результатом возникновения этого нового вида экономики, продуктом фундаментальных технологических и экономических изменений, приведших к ее рождению, а также ее средой и рынком.

По данным Министерства связи РФ, ежемесячный оборот электронной торговли в России в 1 полугодии 2001 года составил \$700 тыс., что в два раза превышает показатели января - июня 2000 года. Рост объема электронной торговли является прямым следствием увеличения в России числа пользователей сети Интернет.

Все эти факты подтверждают, что электронный бизнес помогает не только основному бизнесу, но и благодаря его применению, повышается уровень экономики страны.

За прошедшие несколько лет онлайн-ритейл в России существенно вырос, но его доля остается низкой. По данным компании Morgan Stanley, к 2015 году объем рынка электронной коммерции в России достигнет 36 млрд долл., при этом его доля вырастет до 4,5% с нынешних 2%, а к 2020 году — 72 млрд долл. и 7% соответственно. Такое развитие обеспечит рост числа интернет-пользователей и обладателей банковских карт. Российские компании воспринимают отставание от зарубежных как перспективу развития и прикладывают усилия, в том числе модернизируют старые и автоматизируют новые бизнес-процессы.

4. Основные концепции электронного бизнеса.

Наиболее распространенными являются следующие варианты электронного бизнеса:

1. Информационная поддержка существующего неэлектронного бизнеса. Цели: создание еще одного рекламно-информационного канала, облегчение коммуникации с действующими и потенциальными партнерами. Концепция: создание корпоративного сайта, содержащего информация о компании, товарах, ценах и т.д. в данном случае Интернет-составляющая бизнеса не получает дохода, а лишь помогает в этом основному, неэлектронному бизнесу.

2. Организация продаж через Интернет товаров или услуг существующего неэлектронного бизнеса. Цели: использование Интернета для рекламы и сбыта продукции, товаров и услуг. Концепции: создание интерактивного корпоративного сайта, предоставляющего клиенту всю необходимую информацию о компании и ее продукции, товаров и услугах; обеспечение возможности оформления online-заказа. При этом делается упор на налаженную систему поставщиков. Здесь Интернет-составляющая бизнеса участвует в формировании выручки всего предприятия, обеспечивая увеличение общего объема сбыта и финансируемая основным бизнесом (при необходимости)

3. Создание Интернет-компании, реализующей товары и услуги исключительно через Интернет. Цели: реализация в Интернете полного бизнес-цикла, ориентированного на получение прибыли от торгово-закупочной деятельности или оказания услуг. Концепция: создание интерактивного сайта, обеспечивающего работу с клиентами, подключение к системам приема платежей через Интернет.

4. Рекламная модель. Цель: сформировать на сайте проекта не столь обширную, но жестко сегментированную аудиторию посетителей и продавать контакт с ней рекламодателем. Концепция: создание сайта, привлечение на него максимального количества посетителей всевозможными средствами; поиск и привлечение рекламодателей, готовых платить за контакт с аудиторией сайта.

Широкие возможности электронного бизнеса помогают выйти бизнесу на новый уровень, быть более эффективным.

5. Сфера применения электронной коммерции.

Сферы применения системы электронной коммерции достаточно разнообразны. Они включают в себя широкий спектр деловых операций и сделок, в частности:

- установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком;
- электронный обмен необходимой информацией;
- предпродажную и послепродажную поддержку клиента, купившего товар в электронном магазине (обеспечение подробной информацией о продукте или услуге, передача инструкций по использованию продукта, оперативные ответы на возникающие у покупателя вопросы);
- осуществление непосредственно акта продажи товара или услуги;
- электронную оплату покупки (с использованием электронного перевода денег, кредитных карточек, электронных денег, электронных чеков);
- поставку покупателю продукта, включая как управление доставкой и его отслеживанием для физических товаров, так и непосредственную доставку товаров, которые могут распространяться электронным путем;
- создание виртуального предприятия, представляющего собой группу независимых компаний, которые объединяют свои различные виды ресурсов для получения возможностей предоставления продуктов и услуг, недоступных для самостоятельно функционирующих фирм;
- реализацию самостоятельных бизнес-процессов (совокупность связанных между собой операций, процедур, с помощью которых реализуется конкретная коммерческая цель деятельности компании в рамках определенной организационной структуры), совместно осуществляемых фирмой-производителем и ее торговыми партнерами.

6. Информационные процессы.

Информационные процессы в электронном бизнесе также помогают ускорить и облегчить ведение основного бизнеса.

Есть несколько основных информационных процессов:

- сбор информации;
- представление информации;

- обработка информации;
- хранение информации;
- передача информации.

Узнавая новый номер телефона или адрес из телефонного справочника или записной книжки, мы собираем и сохраняем информацию. При непосредственном разговоре с людьми, через переписку, с помощью телефона, радио или компьютерной сети, мы передаем и получаем информацию.

Также и в электронном бизнесе происходит сбор, обработка, хранение информации и тд. Что помогает быстрее найти нужный контакт, нужную компанию-партнера, нужное сырье. Это делает бизнес эффективнее.

7. Заключение.

Главной особенностью современного этапа является тот факт, что информационные технологии формируют новый мир. В данном случае мы рассмотрели часть этого мира в виде электронного бизнеса. Другой особенностью рассматриваемых процессов является существенное их ускорение, устранение во многих случаях проблем географических расстояний, временных лагов и задержек. Все это должно изменить структуру многих предприятий и организаций. Станут ненужными посреднические организации, поменяются функции представительств, дистрибьюторов и других служб, необходимо будет ориентироваться на совершенно другие временные параметры. И такие перспективы важно учитывать при организации подготовки кадров и системы образования.

Электронный бизнес – это важная и неотъемлемая часть современной жизни, бизнеса. И, по-моему, мнению, его роль с каждым годом будет только возрастать.