

image not found or type unknown



Электронный бизнес (англ. *Electronic Business*), *Е-бизнес*, *И-бизнес*, *e-Business* — бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем. Значительная часть решений использует Интернет-технологии для передачи данных и предоставления Web-сервисов. Впервые термин прозвучал в выступлении бывшего генерального директора IBM Луи Гёрстнера.

Электронный бизнес — совокупное понятие для множества классов ИС, автоматизирующих коммерческую работу предприятия. Помимо электронной коммерции, ориентированной на взаимодействие с потребителем в сфере продаж, осуществляется поддержка всей цепочки создания добавленной стоимости предприятия.

История

История электронного бизнеса уходит корнями в начало революции в сфере информационных технологий 1960-70х годов. Стремительное развитие ИКТ — собирательного названия отраслей микроэлектроники, компьютерной техники и телекоммуникаций — сделало возможным упростить и удешевить обмен данными между и внутри предприятий. Безбумажные технологии электронного обмена данными (EDI, далее ЭОД) начали внедрять крупные корпорации, чтобы снизить нагрузку и издержки документарной работы, а также повысить скорость обмена.

Классы промышленных систем электронного бизнеса:

Существует несколько классов информационных систем, используемых предприятиями для автоматизации бизнеса:

- ERP (англ. *Enterprise Resource Planning*) — ИС управления ресурсами предприятия.
- CRM (англ. *Customer Relationship Management*) — ИС управления взаимодействием с клиентами.
- BI (англ. *Business Intelligence*) — ИС сбора, анализа и представления бизнес информации.

- ECM (англ. *Enterprise Content Management*) — ИС управления информацией и документами на предприятии.
- HRM (англ. *Human Resource Management*) — ИС управления персоналом.
- SCM (англ. *Supply Chain Management*) — ИС управления цепочками поставок.

Оценить общий объём рынка электронного бизнеса России в 2019-2020 годах.

Объём рынка электронной коммерции в России в 2019 году составил 4,173 триллиона рублей против 1,953 триллиона в 2018 году, показало исследование "Экономика Рунета 2019-2020", представленное в ходе Российского интернет-форума "РИФ+КИБ 2020".

По данным исследования, проведенного Ассоциацией электронных коммуникаций (РАЭК), объём рынка онлайн-ритейла в 2019 году составил 1,295 триллиона рублей (рост на 26% относительно 2018 года), онлайн-трэвел — 730,3 миллиарда рублей (рост на 9%), рынок услуг в интернете — 808,7 миллиарда рублей (рост на 19%), рынок электронных платежных услуг — 1,339 триллиона рублей (рост на 19%).

По данным совместного исследования РАЭК, НИУ ВШЭ и Microsoft, 42% российских ритейлеров уже сегодня используют технологии и решения на основе искусственного интеллекта, а еще 35% планируют начать в течение пяти лет. Таким образом, к 2024 году технологии и решения на основе искусственного интеллекта будут использовать 77% российских ритейлеров.

"Самым популярным решением на основе ИИ у российских ритейлеров является персонализация: 26% респондентов отметили, что персонализация используется в их компаниях. Широко используются такие решения, как виртуальные помощники и чат-боты (23% респондентов), интеллектуальные системы для принятия решений и предиктивная аналитика (20% респондентов)", — поясняют аналитики.

При этом работа по полномасштабному внедрению искусственного интеллекта в деятельность компании полностью завершена только у единичных ритейлеров. "Однако в ближайшие пять лет можно ожидать полномасштабного применения искусственного интеллекта в различных бизнес-процессах, в том числе требующих межсистемных интеграций и внешнего взаимодействия", — отмечают авторы исследования.

Кроме того, самоизоляция и переход на удаленную работу стимулировали резкое увеличение количества онлайн-заказов. "Наибольший рост наблюдается в таких товарных категориях, как продукты питания, электронная и бытовая техника (в

частности, ноутбуки), аксессуары для работы из дома (гарнитуры, клавиатуры и т.д.), товары для детей", — уточняют аналитики. Однако в большинстве товарных категорий данный рост является кратковременным.