

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Электронный бизнес набирает популярность в крупных городах России, так как уровень информатизации и компьютеризации в нашей стране еще достаточно низок.

С появлением в нашей жизни большого числа электронного оборудования и средств коммуникации невольно задумываешься, будет ли выгодным использование всего этого для своих целей и интересов.

Из материалов новостных лент становится немного ясно, что именно *электронный бизнес* и его всевозможные проявления набирают популярность, как во всем мире, так и в России.

Хотелось бы разобраться и найти для себя наиболее четкое определение или толкование того, что называется ЭБ.

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.

Электронный бизнес это - качественно новые технологии работы, которые позволяют компании достичь конкурентного преимущества за счет улучшения обслуживания своих клиентов и оптимизации бизнес отношений с партнерами. Интернет-технологии являются одним из основных, но не единственным ключевым аспектом в электронном бизнесе.

Электронная коммерция это - один из элементов электронного бизнеса. Она связана с выполнением функций маркетинга, включая продажу товаров и услуг

через Интернет потребителю. Большинство специалистов выделяют две составные части электронного бизнеса.

Строго говоря, никакого «электронного бизнеса» не существует. Бизнес - он или есть, или его нет. А то, что принято называть «электронным бизнесом» - всего лишь инструмент бизнеса традиционного. Один из инструментов бизнеса традиционного. Не более того. И никакой мистификации.

Электронный Бизнес (e-Business) - любая форма бизнес процесса, в котором взаимодействие между субъектами происходит *электронным* способом. Важно отличать электронный бизнес от электронной коммерции. «Онлайн» продажи или Электронная Коммерция (e-Commerce) - процесс, совершаемый *электронным* способом, в результате которого право собственности или право пользования товаром/услугой было передано от одного лица к другому. С этой точки зрения, Электронная коммерция - частный случай Электронного Бизнеса.

Сочетание слов "электронный бизнес" содержит главную идею, то есть сделать формализуемые бизнес операции электронными и перевести их в Internet среду. Хотя это кажется простым, суть электронного бизнеса не ограничивается программным обеспечением и компьютерами, как традиционное предприятие не состоит лишь из офиса и копировального аппарата. Реализация простой и понятной идеи требует пересмотра всей модели делового оборота. Как и традиционный, электронный бизнес требует комплексного подхода, включающего планирование и управление, поддерживаемое технологией, процессами и структурой. В случае электронного бизнеса основная тяжесть поддержки ложится на безопасное и надежное программное и аппаратное обеспечение, сети, каналы связи и, конечно же, Internet.

Для чего нужен «электронный бизнес»? Цели известны - сделать основной бизнес компании более рентабельным, саму компанию - более конкурентоспособной.

Кому нужен «электронный бизнес»? Любая компания, независимо от отраслевой принадлежности, задумывается над тем, как будет развиваться ее бизнес, что происходит с ее отраслью, где лежит диапазон операционной эффективности и конкурентоспособности. И если совсем недавно достижение определенного уровня внутренней эффективности обеспечивало успешность любого бизнеса, то в настоящее время ситуация радикально изменилась. Современная ситуация характеризуется изменениями, связанными с взрывным развитием информационных технологий и телекоммуникаций и, как следствие -

глобализацией бизнеса и изменением самого характера взаимодействия между участниками бизнес процесса.

Мы все ближе подходим к тому явлению, которое называется «единым информационным пространством», в котором как информация, так и средства ее доставки становятся персонифицированными и доступными в любое время в любой точке. Теперь стало очевидным - тех критериев успеха, которые до сих пор считались классическими, уже недостаточно.

Беспрецедентно высокий уровень обслуживания, простые инструменты общения с бизнес-партнером и клиентом, круглосуточный доступ ко всем элементам, вовлеченным в заказ, то есть полная «интеграция» бизнес-партнера во все производственные циклы предприятия, - вот что требуется для построения долгосрочных и обоюдовыгодных взаимоотношений.

Развитие сети Internet, методов автоматизации формализуемых бизнес-процессов позволяют эффективно решать эти задачи технологическим путем.

Считается, что *электронный бизнес* включает: продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и поддержку партнерских отношений.

Бизнес-решение - система, обеспечивающая функционирование электронного бизнеса, основанного на Интернет-технологиях. Бизнес-решение может быть реализовано в виде портала, каталога, электронного магазина и др.

Составной частью электронного бизнеса является электронная коммерция (e-commerce) – осуществление продаж / закупок электронными средствами.

В зависимости от используемой модели бизнеса различают системы B2B (деловые отношения между компаниями), B2C (взаимодействие компании и конечного потребителя), а также B2G (взаимоотношения коммерческих структур и гос. учреждений).

Что такое e-бизнес система?

Полнофункциональная система электронного бизнеса - это сложный интегрированный комплекс, включающий широкий спектр различных по своей

природе компонентов.

В систему электронного бизнеса, как правило, входят:

- Подсистемы обмена информацией (например, электронная почта, приложения мгновенной передачи сообщений и др.)
- Подсистемы электронного документооборота
- Подсистемы управления ресурсами компании (материальными, финансовыми, человеческими)
- Подсистемы глобального поиска данных, сбора и совместного использования знаний
- Корпоративные web-представительства, интегрированные с другими подсистемами компании
- Подсистемы электронной коммерции (e-commerce) для организации продаж и закупок
- Подсистемы взаимодействия с клиентами и партнерами
- Подсистемы учета ресурсов (склад, логистика и т.п.)

Преимущества внедрения e-бизнес системы

Внедрение системы электронного бизнеса позволяет компании:

- Увеличить прибыли
- Снизить затраты
- Оптимизировать внутренние и внешние информационные потоки
- Значительно ускорить бизнес-процесс (поставки, производство, продажи, обслуживание клиентов)
- Сократить складские запасы
- Обрести новые каналы маркетинга и дистрибуции
- Повысить качество обслуживания клиентов и эффективность работы с дистрибьюторами
- Предложить дистрибьюторам и клиентам value added services
- Получить долгосрочные конкурентные преимущества

В настоящее время мы являемся свидетелями развития двух параллельных процессов в области современных информационных технологий, которые получили название "электронного бизнеса" и "управления знаниями".

Эти термины постоянно встречаются в компьютерной и деловой прессе, на различных конференциях. Но как в одном, так и в другом случае, мы все пока еще только пытаемся осознать, в какие реальные проекты они могут быть воплощены, и какими технологиями от ведущих поставщиков подкреплены.

Этот достаточно пессимистичный вывод подкреплен прогнозом, который сделан в аналитическом отчете GartnerGroup о том, что "вплоть до 2002 года 80% многонациональных компаний потерпят неудачу в понимании характеристик электронного бизнеса, что проявится в непоследовательной стратегии и упущенных возможностях".

В этом же отчете дано определение электронного бизнеса: "Электронный бизнес – это непрерывная оптимизация продуктов и услуг организации, а также производственных связей через применение цифровых технологий и использование Internet в качестве первичного средства коммуникаций".

Таким образом, электронная коммерция, под которой понимается использование информационных технологий для поддержки процессов покупки и продаж, является всего лишь небольшой частью более широкого понятия электронного бизнеса.

Сразу оговоримся, что хотя в уже устойчивом словосочетании "электронной бизнес" присутствует слово "бизнес", концепция применима не только к коммерческим организациям, поскольку государственные структуры вовлечены в сложные производственные цепочки в такой же степени как банки или промышленные организации.

Внешне технологии электронного бизнеса и управления корпоративными знаниями имеют разную направленность: электронный бизнес имеет внешний фокус – это взаимодействие между организациями, а управление знаниями сфокусировано на внутреннее взаимодействие между подразделениями и сотрудниками. Но по сути, они тесно связаны между собой, и управление знаниями – более эффективное использование экспертизы, инновации, лучшая совместная работа, обмен опытом и знаниями - может быть ключевым фактором успеха проектов электронного бизнеса.

Что же известно об электронном бизнесе в России?

Оборот рынка электронной коммерции в России, включающего такие услуги, как создание сайтов и электронный маркетинг, информационное обслуживание и электронную торговлю, составлял в 1998 году \$12-14 млн. Отличительной особенностью России является также практически полное отсутствие работающих систем "B2B". На конец 1999 года число зарегистрированных интернет-магазинов в России превышает триста, более ста из них активны. Однако все они маленькие и вряд ли можно найти среди них бизнес, оборот которого превышал бы полмиллиона долларов в год. На сегодняшний день емкость рынка интернет-рекламы в России составляет порядка \$2-2,5 млн. в год с учетом бартерных сделок.

В целом Россия идет по тому же пути, что и все. И есть успехи. Например, спустя девять месяцев после создания компании, поддерживающей сайт www.mail.ru, двадцать процентов ее акций были проданы за \$980 000. По оценке Л. Богуславского, руководителя направления управленческого консалтинга PricewaterhouseCoopers, в смысле И-бизнеса Западная Европа отстает от США на один-два года. А мы от Европы по разным направлениям - до двух-четырёх лет. Но, во-первых, это отставание не столь велико, как в других областях. Во-вторых, в России процесс становления И-бизнеса начал протекать очень динамично. Наконец, в-третьих, по некоторым позициям мы имеем шанс опередить Европу. В частности, в области законодательства. Сдерживают развитие И-бизнеса в России три наиболее значимых фактора. Первый - слабая инфраструктура связи, телекоммуникаций. Второй - электронная платежная система. Большинство интернет-магазинов вынуждено работать по принципу доставил - получи наличные. И третий - это конечно уровень доверия. Однако ожидается, что уже через год ситуация может сильно измениться в лучшую сторону. В структуре инвестиций на телекоммуникации приходится значительная доля. Уже несколько российских банков рассматривают системы электронных платежей в качестве приоритетных направлений.

Заключение

Несомненно, ЭБ при грамотном вложении денег в его развитие может принести большие прибыли компаниям, решившим использовать его наравне с обычным бизнесом. ЭБ открывает массу новых возможностей для компании, а одним из главных достоинств является скорость осуществления большинства операций связанных с ним.

С появлением Интернета и других электронных сетей применительно ко многим субъектам хозяйствования и отраслям промышленности экспорт и импорт товаров вытесняются предоставлением разного рода услуг (банковских, образовательных, консультационных, информационных, посреднических, розничной торговли) через сайты, доступные в глобальном масштабе. По мере того, как всё больше регионов, стран, компаний вовлекается в глобальную сеть, ускоряется процесс внедрения инноваций. С ростом глобальных рынков новые идеи, технологии, методы, знания быстро и беспрепятственно переходят национальные границы. На первый план выступает способность организации быстро генерировать и внедрять инновации, для чего необходимо активно использовать современные рычаги управления во всех звеньях и на всех уровнях организации.

Список использованной литературы

1. <http://www.intertech.ru>
2. <http://google.ru>
3. Журнал «ПЛ Компьютеры» за Январь 2002 года.
4. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – 6-е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. -797 с.