

image not found or type unknown



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.

На данном этапе своей работы возьмусь предположить, что электронный бизнес набирает популярность в крупных городах России, так как уровень информатизации и компьютеризации в нашей стране еще достаточно низок.

Что такое электронный бизнес? Какие его разновидности и схемы встречаются в современном мире?

Электронный бизнес

Итак, мы уже знаем, что такое Электронный бизнес.

Электронный бизнес – это любая деловая активность, при которой организация внешних и внутренних коммуникаций компании с внешним миром происходит с помощью глобальной сети.

Электронный бизнес – самая экономичная и быстрая сфера деятельности, которая преодолевает все границы.

Сочетание слов "электронный бизнес" содержит главную идею - сделать формализуемые бизнес операции электронными и перевести их в Интернет-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. 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, Интернет.

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. 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.

Виды электронного бизнеса

- 1) электронные аукционы;
- 2) электронные банки;
- 3) электронная коммерция;
- 4) электронная научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа;
- 5) электронные указатели;
- 6) электронное обучение;
- 7) электронная почта;
- 8) электронный маркетинг.

Главная функция электронного бизнеса

Важнейшей задачей электронной коммерции является «создание электронной ценности», то есть генерация «электронной добавленной стоимости». В частности, проводится различие между следующими формами электронной добавленной стоимости:

- Структурная ценность: онлайн-предложение предлагает обзор с большим объемом информации.
- Значение выбора: по запросу онлайн-предложение предоставляет некоторую информацию о базе данных.
- Соответствующее значение: онлайн-предложение предлагает возможность более эффективно собирать запросы поставщиков и клиентов.

- Значение транзакции: онлайн-предложение делает транзакцию более эффективной.
- Значение голосования: онлайн-предложение позволяет различным поставщикам лучше соединять ряд услуг друг с другом.
- Значение коммуникации: онлайн-предложение улучшает общение между различными заявителями.

Обычно, в зависимости от типа добавленной стоимости, к которой он стремится, компания выбирает один или несколько соответствующих действий, таких как сбор, структурирование, предварительный выбор, синтез или распространение информации. Должен быть создан так называемый «цифровой информационный продукт», который предлагает добавленную стоимость или разные добавленные значения и за который клиент готов заплатить. Этот информационный продукт может быть веб-сайтом, блогом, сравнительным порталом, электронной книгой или программным приложением.

Процесс электронного создания ценности делится на следующие этапы:

1. Сбор серии информации для идентификации соответствующих данных для соответствующего информационного продукта;
2. Обработка информации, собранной для ее преобразования в информационный продукт;
3. Передача информации о готовой продукции клиентам.

При необходимости повторение процесса на основе новой информации, поскольку информационные продукты обычно не являются статическими и должны постоянно обновляться.

В дополнение к созданию электронной добавленной стоимости мы также различаем различные долгосрочные цели электронного бизнеса, такие как наилучшая автоматизация обменных процессов и создание новых бизнес-моделей или улучшение прекращения использования устаревших (например, отказ от посредников).

Электронный бизнес в России

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".

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 e-Business Западная Европа отстает от США на один-два года. А мы от Европы по разным направлениям - до двух-четырех лет. Но, во-первых, это отставание не столь велико, как в других областях. Во-вторых, в России процесс становления e-Business начал протекать очень динамично. Наконец, в-третьих, по некоторым позициям мы имеем шанс опередить Европу.

По мнению Morgan Stanley, лидерами российского рынка в первую очередь станут совместные предприятия, созданные с участием крупнейших отечественных интернет-компаний — «Яндекса» и Mail.Ru Group.

Согласно исследованию «Яндекса», рост e-commerce в России происходит исключительно за счет увеличения числа онлайн-покупателей, а не частоты их покупок.

По данным доклада агентства Wolfgang Digital, основанным на анализе более 250 миллионов сессий на сайтах в Google Analytics, выручка с мобильных устройств во всем мире выросла на 23%. В настоящее время она составляет 32% дохода и 53% трафика. Однако крупные покупки пользователи по-прежнему совершают с десктопа или планшета.

В России, согласно исследовательской компании Data Insight, мобильный трафик в поиске составил 55% всего трафика, продажи — только 30%.

По словам представителей интернет-сервиса «Яндекс.Маркет», покупки только в мобильных приложениях совершают 19% пользователей (для сравнения: в 2016 году их было всего 6%).

Источник трафика для e-commerce

Согласно данным сервиса Rookee, органический поиск составляет 53,9% трафика у сайтов e-commerce (было проанализировано более 10 тысяч сайтов). На платные рекламные каналы приходится 43,4% трафика.

Только 20% сайтов, участвующих в выборке, имеют постоянный трафик из социальных сетей, который в среднем составляет 14% от общего трафика. И только 3% приходится на e-mail.

Заключение

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

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 источников:

1. <https://it-wo.ru/news-business/chto-takoe-elektronnyj-biznes>
2. <https://constantina.co/news/20190108-e-commerce-v-tsifrah>
3. <http://andreevaoliga.narod.ru/index/0-14>