

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/115751>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Электронная коммерция

-

1. Теоретико-методологические основы электронного бизнеса и сферы информационных услуг

1.1 Понятие электронного бизнеса и его отличительные характеристики

Одной из основных причин сильного экономического роста во второй половине XX века стало появление цифрового способа представления информации.

Этот способ отличается практически идеальной точностью и надежностью в передаче и хранении информации. В связи с прогрессом в науке и технике, с учетом стандартизации и массовости производства различных технических средств, и, соответственно, их удешевления, возможности новых способов представления информации привели к резкому экономическому росту.

Несмотря на то, что в прошлом и настоящем времени использовались и используются несколько технологий для осуществления экономической деятельности в электронном виде, наиболее перспективной и активно развивающейся технологической средой для осуществления такой деятельности является сеть Интернет. Интернет – глобальная информационная система, части которой логически взаимосвязаны друг с другом посредством уникального адресного пространства, основанного на протоколе IP (Internet Protocol) или его последующих расширениях, способная поддерживать связь посредством комплекса протоколов TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), их последующих расширений или других IP-совместимых протоколов и публично или частным образом обеспечивающая, использующая или делающая доступной коммуникационную службу высокого уровня.

Из-за прогрессирующего развития этой сети до определенного уровня стало возможным рассматривать электронную коммерческую деятельность, в качестве отдельного вида экономической деятельности.

Мировая экономика превратилась в некотором смысле в «экономику без ограничений», поскольку все субъекты экономики имеют реальную возможность глобального выбора товаров, услуг, поставщиков, потребителей и прочих партнеров вне зависимости от географического расположения.

Почему же именно «всемирная паутина» привела к такому резкому скачку электронного сегмента экономики? Все дело в том, что Интернет может предоставить огромное число пользователей. В данном случае сыграл эффект масштаба, благодаря которому увеличение количества пользователей Интернета в определенный промежуток времени перешло в качество, а именно: в рост и развитие электронного бизнеса.

В итоге за счет масштабного распространения Сети теоретически возможные решения превратились в экономически эффективные.

Таким образом, электронный сегмент экономики отличается от традиционной экономики использованием новых способов обработки, хранения, передачи информации и новых систем коммуникации. Иными становятся инструменты ведения коммерческой деятельности (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Инструменты и методы ведения традиционной и электронной коммерческой деятельности

Преимущества и новые возможности электронного сегмента экономики перечислять можно долго.

Анализируя глобальный бизнес информационных технологий, В.Попов выделяет основными причинами, которые побуждают компанию перейти к использованию Интернет-технологий и создать собственное представительство в Интернете:

- возможность представить информацию о себе;
- простота поиска контактов;
- возможность сделать бизнес-информацию легкодоступной;
- дополнительное обслуживание клиентов;
- привлечение общественного интереса;

- обнародование информации в точно назначенное время;
- реализация заочной автоматизированной торговли;
- демонстрация рисунков, фотографий, звукового ряда и видеоизображений;
- выход на наиболее желаемую общественную аудиторию;
- ответы на наиболее часто задаваемые вопросы. Постоянный контакт с партнерами, дилерами и агентами;
- завоевание международного рынка и т.д.

Однако, несмотря на открывающиеся возможности и активный рост электронного бизнеса, его теоретическая база до сих пор находится на стадии разработки.

Об этом свидетельствует тот факт, что до настоящего времени нет общепринятой терминологии в этом сегменте предпринимательской деятельности. Строгого общепринятого определения «электронного бизнеса» не существует, и это притом, что данный термин широко используется многими экономистами. Каждый автор, работающий в данной области, дает свое определение «электронного бизнеса» (табл. 1.2).
Таблица 1.2 – Определения электронного бизнеса (составлено автором на основании)

Мы в нашем исследовании будем использовать первоначальное определение данного термина. Впервые этот термин в широкое употребление ввел Луис Герстнер, глава IBM – крупнейшей транснациональной компании по производству информационных технологий, в 1996 году.

Стратегическим видением IBM состояло в том, что люди все чаще будут обращаться к электронным устройствам и средствам связи. Люди будут все больше развлекаться, общаться, работать и учиться при помощи электронных технологий и Интернета. Организации начнут по-новому вести свои хозяйственные операции. Они смогут делать покупки, оплачивать счета, перечислять деньги, покупать акции с помощью электронных средств. Эти новые методы ведения бизнеса, при которых бизнес-процессы осуществляются в электронном виде, Луис Герстнер и фирма IBM и предложили называть электронным бизнесом.

То есть, по их предложению, электронный бизнес – это не какой-то новый вид бизнеса или бизнес в сфере электроники и Интернета. Электронный бизнес – это метод ведения бизнеса, при котором бизнес-процессы, обмен бизнес-информацией и ее обработка, осуществляются и автоматизируются с помощью информационных систем. Примерно такое определение электронного бизнеса приняли ведущие мировые организации: OECD (ОЭСР), UNCTAD (конференция ООН по торговле и развитию) и др.

Хотя большинство людей считают электронную коммерцию бизнесом для потребителя (B2C), существует много других типов электронной коммерции, к ним относятся интернет-аукционы, интернет-банкинг, продажа билетов и бронирование, а также бизнес для бизнеса (B2B) транзакции.

В последнее время рост электронной коммерции расширился до продаж с использованием мобильных устройств, которая широко известна как «мобильная коммерция» и является просто частью электронной коммерции.

Почему за последнее десятилетие в электронной коммерции произошел взрывной рост? Поскольку интернет становится укоренившимся в нашей повседневной жизни, принятие электронной коммерции продолжает расти, и предприятия пользуются этим

Очень часто понятие «электронный бизнес» отождествляют с понятием «электронная коммерция». Это, безусловно, близкие понятия, связанные со средой передачи данных и глобальной сетью Интернет. Но понятие «электронный бизнес» шире понятия «электронная коммерция». Сферой применения электронной коммерции являются торговые операции по продвижению товаров и услуг с использованием электронных средств.

Бизнес, кроме коммерции, включает в себя такие экономические процессы как аренда, залог, страхование, банковские операции, биржевые операции, инвестиции и управление экономической деятельностью предприятия.

В электронном бизнесе можно выделить следующие типы решений, которые представлены в табл. 1.3.

- источники финансирования;
- критерии достижения поставленных целей.

Таблица 1.3 – Типы решений в электронном бизнесе

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/115751>