

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС КАК ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПРОФИЛЬ ООП «БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА»

Петрова Е. С., канд. экон. наук,

доцент кафедры информационных систем в экономике и управлении,
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва, г. Саранск

Батршина Д. К., студентка 1 курса экономического факультета,
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва, г. Саранск

Появление и развитие сети Интернет, совершенствование информационных технологий, систем и стандартов их взаимодействия привели к созданию нового направления современного бизнеса – электронному бизнесу. Его принципы и специфика изучаются студентами направления «Бизнес-информатика», открытым в 2011 году на экономическом факультете Мордовского государственного университета.

Ключевые слова: электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, инновационные IT-технологии, электронное снабжение, сетевая экономика, информационная экономика

Начало третьего тысячелетия становится периодом осмысления огромных возможностей всемирной компьютерной сети для человечества и их использования в различных областях экономики и международного бизнеса. Одним словом, «мы стоим на пороге новой экономики, которую называют интернет-экономикой или экономикой цифрового мира, эпохи электронного бизнеса».

Наращивание производительности компьютерных систем и совершенствование сетевых технологий привели к формированию нового вида экономической деятельности – электронного бизнеса как особой формы бизнеса, реализующейся в значительной степени посредством внедрения информационных технологий в процессы производства, продажи и распределения товаров и услуг.

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 века под термином "Интернет" стали понимать мировую "сеть сетей".

В ходе развития Интернета сформировались электронные связи индивидуальных и корпоративных пользователей, что явилось базой для создания новой электронной среды, в которой информация стала более значимой и доступной. Интернет является одновременно и причиной и результатом возникнове-

ния этого нового вида экономики, продуктом фундаментальных технологических и экономических изменений, приведших к ее рождению, а также ее средой и рынком [5].

Все это вызвало существенные изменения в экономике. Изменились базовые отношения и модели ведения бизнеса: от господства в них производителя, а затем посредника – к главенствующей роли потребителя; от массового производства – к изготовлению на заказ; от ценности материальных ресурсов и активов – к ценности информации, знаний и интеллекта.

В начале 1990-х годов с активной коммерциализацией Интернета появились новые термины: электронный бизнес (e-business), электронная коммерция (e-commerce) и электронный маркетинг (e-marketing). Никогда ранее информационные технологии не играли такой важной роли в успехе бизнеса. Действительно, при вступлении в новое тысячелетие и эпоху развития электронного бизнеса отделить сам бизнес от информационных технологий становится практически невозможно. Растущая роль информационных технологий оказывает влияние на все виды деятельности. Страны-новаторы сделали огромный скачок в использовании Интернет-технологий и развитии электронной коммерции. В США электронный бизнес превратился в мощную отрасль. В марте 1998 г. американский журнал *Internet Week* подсчитал, что слова "Интернет" и "всемирная паутина" в среднем использовались 285 раз в день в газетных заголовках, 9 из 10 наиболее высоко котировавшихся акций компаний были связаны с Интернетом. Только акции ставшей уже классическим примером *Amazon.com* выросли за 1998 г. на 850%. Несмотря на обвал рынка электронной коммерции в 1999 г., прогноз на будущее этой отрасли по-прежнему оптимистичен. Журнал *Forbes* в осеннем номере 2001 г. опубликовал обзор Интернет-рынка, который назван Интернет-2. Как и любое техническое новшество, Интернет имеет свой цикл развития. Производство компьютерных чипов, несмотря на крах 1974 г., превратилось в отрасль с оборотом в 200 млрд. долл., производство микропроцессоров также смогло пережить кризис 1984 г. и сейчас оценивается в 60 млрд. долл. Так же как и Интернет, по мнению журнала, переживет крах и массовые банкротства так называемых компаний "dot.com" и к 2020 г. по прогнозам достигнет уровня 20 трлн. долл.

Рассмотрение основ электронного бизнеса целесообразно начать с формализации ключевых понятий и определений исследуемой предметной области. Используемые сегодня определения и трактовки отражают несколько точек зрения, которые соответствуют профессиональной подготовке и накопленному опыту авторов этих определений и лишь частично охватывают новые явления в экономике. Например, в определениях специалистов компании IBM "электронный бизнес – это преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий". Энциклопедия Интернет-бизнеса придерживается следующей трактовки: "Электронный бизнес - это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли. Gartner Group определяет электронный бизнес как непрерывная оптимизация продуктов и услуг организации, а также производственных связей через применение цифро-

вых технологий и использование Интернета в качестве первичного средства коммуникаций. В словаре по экономике и финансам дается следующее определение: «Электронный бизнес – бизнес, основанный на использовании информационных технологий с тем, чтобы обеспечить оптимальное взаимодействие деловых партнеров и создать интегрированную цепочку добавленной стоимости».

Эти определения отражают процессы, происходящие в экономике, только с точки зрения развития и практического применения сети Интернет. Несомненно, что объединение национальных, частных и корпоративных компьютерных сетей в единую сеть Интернет оказало существенное влияние на процессы становления и развития электронного бизнеса. Однако попытки рассмотрения вопросов электронного бизнеса вообще или электронного маркетинга в частности как совокупности методов, предоставляемых сетью Интернет для решения определенного круга задач, нельзя считать перспективными, поскольку частные свойства технических систем не позволяют описать объективную картину экономических процессов.

Анализируя особенности глобальной сетевой экономики и изучая опыт предприятий и фирм в области электронного бизнеса, можно построить модель, отражающую степень подчинения и взаимодействия новых понятий и категорий и сформулировать определения, более адекватные сегодняшним реалиям [4].

В основу модели положены бизнес-процессы, присущие той или иной форме деловой активности: бизнесу, коммерции, торговле, маркетингу. При этом учитывается, что, по определению ЮНИДО, электронный бизнес имеет четыре основных этапа использования: маркетинг, производство, продажи и платежи, а степень использования информационных и коммуникационных технологий и систем служит мерой, по которой бизнес (коммерция, торговля) может считаться электронным.

Рассматривая проблему на начало XXI в., электронный бизнес следует понимать как реализацию бизнес-процессов с использованием информационных и телекоммуникационных технологий и систем. Однако часть бизнес-процессов сегодня осуществляется без применения инновационных технологий, что позволяет разделять понятия "бизнес" и "электронный бизнес" как самостоятельные категории, грань между которыми постепенно стирается.

Адекватное задачам компании применение современных технологий позволяет в модели электронного бизнеса рассматривать электронный маркетинг как основу современного бизнеса. При этом задачи маркетинга столь значительны и объемны, что в большинстве случаев и традиционная маркетинговая деятельность – бизнес-анализ (BI – Business Intelligence), управление отношениями с потребителями (CRM – Customer Relations Management), управление цепочками снабжения (SCM – Supply Chain Management) и управление знаниями (KM – Knowledge Management) – реализуется средствами информационных технологий.

Предпосылкой возникновения электронного бизнеса стала существенная трансформация форм бизнеса за довольно короткий период конца XX в. Эра массового производства, завершившаяся в конце 1970-х – начале 1980-х годов

триумфом японских промышленных гигантов, которые сумели обеспечить потребителя недорогими товарами и услугами, сменилась эрой качества. В этот период доминирующей задачей являлось повышение качества производимой продукции, для чего были разработаны и внедрены современные методы и технологии, определяющие внутреннюю эффективность предприятия. К ним относятся в числе прочих корпоративные информационные системы класса ERP (Enterprise Resource Planning) – планирование ресурсов предприятия. Однако прошла и эта эпоха, поскольку потребитель сформировал свое отношение к продукции.

Таким образом, электронный бизнес как новая форма бизнеса начал формироваться на фундаменте реструктуризированных предприятий и фирм, стандартизовавших свои бизнес-процессы с развитой внутренней и внешней технической инфраструктурой.

Internet из глобальной почтовой и информационно-поисковой системы превращается в инструмент ведения современного бизнеса, основанного на принципах сетевой экономики.

Электронный бизнес (e-bisuness) – деловая активность, которая использует возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей компании с целью создания прибыли.

Важнейшей составляющей e-бизнеса является электронная коммерция, которая охватывает не только операции купли-продажи, а и сопровождение процессов создания спроса на продукцию и услуги, автоматизацию административных функций, связанных с онлайн-продажами и обработкой заказов, а также с совершенствованием обмена информацией между партнерами [1].

Электронная коммерция (e-commerce) – разновидность бизнес-активности, в которой взаимодействия субъектов бизнеса купли-продажи товаров и услуг (как материальных, так и информационных) осуществляется с помощью глобальной компьютерной сети Internet или какой-нибудь другой информационной сети.

Выделяют несколько классических этапов ведения электронной коммерции: онлайн-маркетинг, оформление заявок, осуществление платежей и информационная поддержка доставки товаров.

Развитие моделей электронной коммерции, внедрение пилотных проектов в этой области, а также разработка общих юридических и правовых основ ведения бизнеса в Internet поддерживается Европейской комиссией в ESPRIT.

ESPRIT – программа Европейского сообщества, направленная на ускорение и расширение исследований по использованию информационных технологий (IT).

Разделяют такие направления электронной коммерции:

- бизнес – бизнес (business-to-business, B2B) – определяет взаимодействие компаний с компаниями в электронной среде;
- бизнес – потребитель (business-to-consumer, B2C) – определяет взаимодействие компаний с конечными потребителями в сети;
- бизнес – администрация (business-to-administration, B2A) – определяет взаимодействие компаний с административными органами;

– потребитель – администрация (consumer-to-administration C2A) – определяет взаимодействие потребителей с администрацией.

В соответствии со статистическими исследованиями в сети, направление B2B занимает первое место (70% от общего количества договоров, которые заключаются в Internet).

Начиная с больших корпораций, таких, как Cisco Systems, стремление увеличить оборот денег через глобальную сеть в секторе бизнес-бизнес постоянно распространяется и на мелкие фирмы, которые хотят расширить свою деятельность с меньшими затратами времени и материальными ресурсами.

Однако обычным потребителям больше известны компании, которые торгуют в Internet товарами и услугами для конечных потребителей, то есть относятся к направлению B2C. Примером может служить, упоминаемый выше, Amazon.com – известнейший в мире электронный магазин, который торгует книгами, компактными и другой продукцией.

Перспективными считаются направления B2A и C2A. Государство является значительным поставщиком услуг для граждан и предприятий, которые платят налоги за комплекс определенных услуг в сфере безопасности и общественного порядка, образования, охраны здоровья и т.д. Все большее количество местных и центральных органов власти в разных странах предоставляет услуги гражданам через Internet. Наиболее известным проектом в мире в этой области есть государственный портал Сингапура Citizen Centre, на котором осуществляются практически все общения граждан с властью.

В материалах Европейской комиссии в ESPRIT приводятся такие модели электронной коммерции: электронный магазин; электронный справочник-каталог; электронный онлайн-аукцион; электронный торговый центр; виртуальное сообщество; виртуальный центр разработки; информационный брокер; провайдер бизнес – операций; интегратор бизнес – операций и т.д.

Другие модели электронной коммерции (по классификации Европейской комиссии ESPRIT) связаны с интенсификацией обмена информацией и процессами совместного производства. Преимущество электронной коммерции по сравнению с традиционными видами деловой активности является ощутимым.

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.).

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.

На сегодняшний день электронный бизнес является профилем наиболее молодого перспективного направления «Бизнес-Информатика».

Бизнес-информатика – экономико-управленческое направление, которое включает в себя знания в области экономики и менеджмента, а также знания в области информационных технологий (ИТ) и информационных систем (ИС). Профиль «Электронный бизнес» предполагает построение бизнес-моделей и создание новых бизнесов с учетом различных бизнес-процессов, использования эффективного обмена бизнес информацией и с помощью информационных систем. Область профессиональной деятельности бакалавров данного направления подготовки включает все виды деятельности, связанные с:

- проектированием архитектуры, управлением и развитием предприятия;
- разработкой и внедрением ИС и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) управления бизнесом;
- управлением ИТ-сервисами и контентом информационных ресурсов предприятия;
- созданием, управлением и развитием электронных предприятий и их компонент;
- поиском, сбором, обработкой, систематизацией и анализом информации в области экономики, управления и ИКТ;
- разработкой бизнес-планов создания новых бизнесов на основе инноваций в сфере ИКТ;
- организацией работы сложных информационных систем в бизнесе и государственном управлении;
- решение различных задач экономики и управления с использованием средств ИКТ.

Выпускники подготовлены к проектной, организационно-управленческой, аналитической, консалтинговой, инновационно-предпринимательской и научно-исследовательской видам профессиональной деятельности. Они могут работать менеджерами проектов, организаторами инновационного бизнеса в сфере ИТ, проектировщиками и программистами сложных информационных систем, специалистами в области внедрения ИТ и

ИКТ, организаторами управления корпоративными информационными системами, системными аналитиками, ИТ-консультантами.

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.

По данным, приведенным на сайте <http://www.investmentsrussia.ru>, объем российского рынка электронной коммерции с января по октябрь 2011 года, составил 315 миллиардов рублей. Подсчитано, что оборот электронных товаров вырос, по первоначальным итогам года, на 26%. А только за сентябрь оборот вырос на 30,7 миллиардов рублей, – сообщает фонд «Общественное мнение» со ссылкой на результаты недавнего исследования [3].

Большая часть их 315 миллиардов рублей, составивших российский рынок, приходится на товары – 266 миллиардов. Еще 49 миллиардов рублей пришлось на предоставляемые через электронные медиа-услуги.

Самые популярные приобретения – одежда (25% операций приходится на нее) и пополнение счетов на мобильных телефонах (18%), а также покупка бытовой техники и электроники (15%).

Рост новых потребителей пришелся в этом году в основном на жителей небольших городов России – с населением от 250 до 500 тысяч человек, где участников интернет-торгов стало больше на 5%. В городах поменьше – с населением от 50 до 100 тысяч – их число выросло на 2%. В городах с населением до 50 тысяч человек количество таких потребителей выросло на 4%. Число пользователей торговых сервисов в ПГТ выросло на 3%.

Помимо интересных ценовых показателей, электронный рынок показывает рост числа интернет-аудитории, задействованной в электронных торгах – это 24% месячной аудитории Сети, то есть порядка 13 миллионов россиян. Кроме того, подсчитано, что 13% аудитории – около 7 миллионов человек – приобретают себе товары через Интернет. 9% покупают и заказывают, 7% осуществляют лишь выбор, а 4% делают одновременно и покупку, и заказ, и оплату товара. Еще 3% аудитории приходится на тех, кто делает покупки по телефону, предварительно выбрав товар в Интернете. И всего 76% не делают выбора или заказов.

Исследование показывает, что самый большой спрос в Сети на книги, одежду и бытовую технику, а самые популярные услуги – оплата сотовой связи и интернета.

Больше всего число интернет-покупателей увеличивается в небольших городах и поселках городского типа. Повсеместно растет число покупаемых товарных категорий и среднемесячный чек. Аналитики полагают, что к концу

2011 года покупки товаров вырастут на 26% и составят 85% в общем объеме, на услуги придется 15% общего оборота.

По способам оплаты интернет-покупок в России первые два места занимают «наличные» и банковские карты, на третьем и четвертом местах расположились терминалы оплаты и интернет-деньги. Статистика интернет-аукционов подтверждает эти данные, они также признают лидерство банковских карт как средство платежа.

Эти показатели свидетельствуют о том, что вложения в торговые площадки в сети – интернет-магазины, аукционы и подобные им сервисы – могут представлять в будущем интерес для российских инвесторов.

По оценкам экспертов, российский рынок электронной коммерции обладает огромными перспективами роста. Так, например, доля интернет-продаж в обороте розничной торговли РФ составит в 2011 г. всего 1,6%, что в 3,5 раза меньше, чем в Европе, и в 4 раза – чем в США. Реализовать потенциал роста рынка позволит не только изменение поведения потребителей, но и распространение интернета в регионах, на которые сегодня приходится лишь 40% оборота e-commerce [5,2].

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.

С каждым днем мы все больше убеждаемся в том, что эта сфера деятельности заслуживает к себе особого отношения и внимания, являясь уникальным явлением в национальной и мировой экономике. Сегодня с ней уже нельзя не считаться. Становится все более очевидным, что электронный бизнес, как и сам Интернет, уже стал неотъемлемой частью современного мира. Он не заменит обычный бизнес, так же как электронные документы не заменят традиционных бумажных, просто они будут сосуществовать.

Несомненно, у электронного бизнеса в России есть будущее. Более того, сегодня у бизнеса без активного использования Интернет будущего просто нет, это необходимые инструмент и условие успешного функционирования любой компании. Специалисты бизнес-информатики, на которых делается серьезная ставка в бизнес-сообществе, обеспечат максимально эффективное использование возможностей Интернет для дальнейшего развития экономики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Деловой ИТ-журнал Intelligent Enterprise/RE. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iemag.ru/analitics/detail.php?ID=15773>.
2. Информационный портал Екатеринбурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.66.ru/bank/news/releases/106599/>.
3. Информационный ресурс «Инвестиции в России». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.investmentrussia.ru/finansovie-novosti/rynok-electronnoy-kommerzii-rastet-10-11.html>.
4. Информационный сайт «Электронный бизнес и электронная коммерция». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tva.jino.ru/Articles_commerce.htm.

5. Сайт компании Nettek. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nettek.ru/info/docs/marketing/2/>.

ELECTRONIC BUSINESS AS A TYPE OF ACTIVITY AND A PROFILE OF BACHELORS' PROGRAM "E-COMMERCE"

Petrova E. S., PhD, Associate Professor, the chair of information systems in economics and management, Ogarev Mordovia State University, Saransk
Batrshina D. K., the 1st year student of Department of Economics,
Ogarev Mordovia State University, Saransk

Appearance and development of Internet and information technologies, systems, and standards of their interaction have led to creation of a new direction of the modern business - to electronic business. Its principles and specificity are studied by students of bachelors program "E-commerce", opened in 2011 at Department of Economics of the Ogarev Mordovia State University.

Keywords: electronic business, electronic commerce, electronic trade, innovative IT technologies, electronic supply, network economy, information economy