

Электронная коммерция

***Задание:** написать конспект данной темы. Оценка - проверка тетради после окончания дистанционного обучения.*

Электронная коммерция — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций

К электронной коммерции относят:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT),
- электронную торговлю (англ. e-trade),
- электронные деньги (e-cash),
- электронный маркетинг (e-marketing),
- электронный банкинг (e-banking),
- электронные страховые услуги (e-insurance)

Виды электронной коммерции

Существует несколько общепризнанных категорий, на которые подразделяется электронная коммерция. Как правило, такое размежевание проводится по целевой группе потребителей.

Классификация

Коммерческие организации

B2B (Business-to-Business) — «взаимоотношения между коммерческими организациями».

B2C (Business-to-Consumer) — «взаимоотношения между коммерческой организацией и потребителями».

B2E (нем.)русск. (Business-to-Employee) — «взаимоотношения между коммерческими организациями и сотрудниками (наёмными рабочими)».

B2G (Business-to-Government) — «взаимоотношения между организацией и правительством».

B2O (Business-to-Operator) — «взаимоотношения между организацией и оператором связи».

Потребители

C2A (Consumer-to-Administration) — «взаимоотношения между потребителями и администраторами».

C2B (англ.)русск. (Consumer-to-business) — «взаимоотношения между потребителями и коммерческими организациями».

C2C (Consumer-to-Consumer) — «взаимоотношения между потребителями».

Администрация

A2A (Administration-to-Administration) — «взаимоотношения между администрациями».

A2B (Administration-to-Business) — «взаимоотношения между администрацией и коммерческими организациями».

A2C (нем.)русск. (Administration-to-Consumer) — «взаимоотношения между администрацией и потребителями».

Другие бизнес-модели

D2C (Decentralized-to-Consumer) — «децентрализованные взаимоотношения на основе Блокчейн-технологии (англ. Blockchain) между потребителями».

G2B (Government-to-Business) — «взаимоотношения между правительством и организацией». На институциональном уровне крупные корпорации и финансовые учреждения используют Интернет для обмена финансовыми данными, чтобы облегчить внутренний и международный бизнес. Целостность и безопасность данных являются актуальными вопросами для электронной коммерции.

P2P (Peer-to-Peer) — «взаимоотношения между лицами».

Схема B2B или бизнес-бизнес

Принцип осуществления подобного взаимодействия очень прост: предприятие торгует с другим предприятием. Интернет-платформы дают возможность значительно упростить проведение операций на всех этапах, сделать торговлю более оперативной и прозрачной. Часто, в таких случаях представитель стороны заказчика имеет возможность интерактивного контроля процесса выполнения заказа путём работы с базами данных продавца. Информация о товарах может быть представлена как на сайтах, доступных для всех пользователей в интернете, так и на веб-ресурсах, доступных только для авторизованных пользователей. Примером B2B сделки может быть продажа шаблонов для сайта компаниям для последующего использования в качестве основы дизайна собственного веб-ресурса компании. Безусловно, сюда относятся любые взаимодействия, включающие в себя оптовые поставки товара или аналогичное выполнение заказов. Примером такого взаимодействия может быть оформление заказа онлайн дилером в личном кабинете, размещенном на сайте дистрибьютора.

Схема B2C или бизнес-потребитель

В этом случае предприятие торгует уже напрямую с клиентом (не юридическим, а физическим лицом). Как правило, здесь речь идет о розничной реализации товаров. Клиенту такой способ совершения коммерческой операции дает возможность упростить и ускорить процедуру покупки. Ему не приходится идти в магазин, чтобы выбрать нужный товар: достаточно просмотреть характеристики на сайте поставщика, выбрать нужную конфигурацию и заказать продукт с доставкой. Коммерсанту же возможности Интернета позволяют оперативнее отслеживать спрос (помимо экономии на помещении и кадрах). Примеры этого вида торговли — традиционные интернет-магазины, направленные на целевую группу непосредственных потребителей товаров. С 2010 года начала развитие так называемая социальная коммерция, или сфера продаж товаров и услуг в социальных сетях.

Схема C2C или потребитель-потребитель

Такой способ осуществления электронной коммерции предполагает совершение сделок между двумя потребителями, ни один из которых не является предпринимателем в юридическом смысле слова. Интернет-площадки для подобной торговли являются чем-то средним между рынком-толкучкой и колонкой объявлений в газете. Как правило, коммерция по схеме C2C осуществляется на сайтах Интернет-аукционов,

приобретающих все большую популярность в наше время, потому данный вид электронной коммерции считается одним из динамично развивающихся в последнее время. Для клиентов таких систем основное удобство заключается в более низкой цене товара, по сравнению с его стоимостью в магазинах.

Подводим итоги:

Категории электронной коммерции:

- * бизнес-бизнес (B2B);
- * бизнес-потребитель (B2C);
- * бизнес-администрация (B2A);
- * потребитель-администрация (C2A);
- * потребитель-потребитель (C2C).

Бизнес-бизнес

Данная категория включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями. Например: дилер получает возможность самостоятельно размещать заказы и следить за ходом их исполнения, работая с базами данных поставщика.

Бизнес-потребитель

Основу этой категории составляет электронная розничная торговля. Например: электронный магазин.

Бизнес-администрация

Данная категория включает в себя взаимодействие бизнеса и администрации. Например: международные организации используют Интернет для закупок товаров и услуг.

Потребитель-администрация

Данная категория включает в себя взаимодействие государственных структур и потребителей. Например: налоговая сфера.

Потребитель-потребитель

Основу этой категории составляет возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информации. Например: Аукционная торговля между физическими лицами.

Помимо описанных выше наиболее распространенных схем электронной коммерции, существует и несколько других. Они не столь популярны, но, все же, применяются в некоторых специфических случаях. Речь идет о взаимодействии как предпринимателей, так и потребителей с государственными структурами. В последнее время многие операции по взиманию налогов, заполнению анкет, форм для заказа поставок, работа с таможней стали проводиться при помощи Интернет-технологий. Это позволяет значительно облегчить работу государственных служащих с одной стороны и дать

возможность плательщикам избавиться от некоторой доли бумажной волокиты — с другой.

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) транзакций. 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.

В начале 2000 многие скептически относились к тому, что передавали данные своих карт онлайн-магазинам. В то время как, электронной коммерции транзакции теперь второй натуры. SSL сертификаты шифрование и надежные внешние платежные системы, такие как PayPal, Worldpay и Skrill, помогли повысить доверие людей к электронной коммерции.

Каковы преимущества электронной коммерции?

Запуск бизнеса электронной коммерции никогда не был таким простым. Решения, такие как Shopify и WooCommerce позволяют даже наименее технологичным людям создавать магазин.

В настоящее время шаблоны дизайна и системы WYSIWYG позволяют людям запустить интернет-магазин за считанные минуты.

Ниже приведены семь причин, почему электронная торговля является таким привлекательным вариантом для предпринимателей:

Глобальный охват - С физическим магазином кирпича и строительного раствора вы ограничены географически соседними рынками, т. Е. Если у вас есть магазин в Нью-Йорке и вы хотите продавать в Нью-Джерси, вам нужно открыть другое физическое местоположение.

Электронная коммерция не имеет этого ограничения. Вместо этого вы можете продавать кому угодно и где угодно в мире через свой бизнес электронной коммерции.

Всегда открыт - Физические предприятия обычно имеют ограниченное количество часов, но интернет-магазин электронной торговли остается «открытым» 24 часов в день, семь дней в неделю, 365 дней в году. Это очень удобно для клиента и отличная возможность для продавцов.

Экономия - У предприятий электронной коммерции значительно ниже эксплуатационные расходы по сравнению с физическими магазинами. Там нет аренды, нет персонала, чтобы нанимать и платить, и очень мало в плане фиксированных

эксплуатационных расходов. Это делает магазины электронной коммерции чрезвычайно конкурентоспособными по цене, что обычно резко увеличивает долю рынка.

Автоматизированное управление запасами - Легче автоматизировать управление запасами за счет использования электронных онлайн-инструментов и сторонних поставщиков. Это позволило предприятиям электронной коммерции сэкономить миллиарды долларов на товарно-материальных запасах и эксплуатационных расходах.

Управление запасами также становится все более изощренным. Теперь вы можете легко управлять своими акциями по нескольким каналам. Таким образом, вы можете продавать и контролировать свои акции в своем собственном магазине, а также на торговых площадках, как eBay, Amazon или физический магазин.

Лазерный целевой маркетинг - Интернет-магазины могут собирать огромное количество данных о потребителях, чтобы гарантировать, что они выбирают правильных людей для своих продуктов.

Это снижает стоимость привлечения клиентов и позволяет интернет-предприятиям электронной коммерции оставаться чрезвычайно гибкими. Представьте себе, что вы можете ориентироваться только на мужчин в возрасте от 18-24, живущих в городских районах. Это лазерный маркетинг для вас - вы ни за что не получите этого, просто имея физический магазин.

Доминирование на рынке ниши - Из-за более низких эксплуатационных расходов, способность ориентироваться на идеальный клиент. Кроме того, что вы получаете доступ к глобальной аудитории, которую предлагает веб-сайт электронной коммерции, это обеспечивает прибыльность вашей компании.

Месторасположение: независимость электронной коммерции - владелец бизнеса не привязан ни к какому местоположению при ведении своего бизнеса. Пока у вас есть ноутбук и подключение к интернету, вы можете вести свой бизнес электронной коммерции.

Типы торговцев электронной коммерции

В целом, есть два типа продавцов электронной коммерции:

1. Те Продажа физических продуктов: Это довольно очевидно. Это просто покупка и продажа физических продуктов через какую-то электронную среду. Например, вы можете продавать товары из любой из следующих ниш: мода, аксессуары, товары для дома, игрушки и т. Д.
2. Магазины, продающие цифровые продукты (скачиваемые продукты): Если вы когда-либо приобретали онлайн-курс, он попадает в категорию «цифровых продуктов». По общему правилу, если вам нужно получить доступ к продукту через онлайн-зону пользователей или если вам необходимо загрузить его, это, вероятно, «цифровой продукт».

Каковы проблемы электронной коммерции?

В теории все, что касается электронной коммерции, звучит впечатляюще, однако, как и большинство вещей, есть несколько проблем, которые вам нужно преодолеть при запуске собственной электронной коммерции самостоятельно.

Поэтому в интересах баланса мы подумали, что представим потенциальные ловушки, с которыми вы можете столкнуться в младенчестве в своем путешествии по электронной торговле.

«Доверие» - важное слово в электронной коммерции, и оно может быть разных форм.

Могут ли ваши потенциальные клиенты доверять вам как компании?

Могут ли они доверять выбранному вами платежному шлюзу и не подведут их?

Могут ли они доверять вашей продукции хорошего качества?

Решение для надежных платежей, такое как PayPal может помочь внушить доверие людям, посещающим ваш сайт. Использование системы обзора, такой как Trustpilot или регистрация вашего сайта как Магазин доверия Google Это всего лишь несколько способов преодолеть эти потенциальные барьеры.

Технические неисправности: Если вы не технологически мыслит, и давайте будем честными - вам не обязательно начинать Интернет-магазин Вы можете столкнуться со следующими проблемами:

Что произойдет, если ваше платежное решение перестанет работать?

Знаете ли вы HTML, CSS или Javascript, чтобы решить проблемы с кодированием?

Если вы хотите создать баннер или настроить изображение на своем веб-сайте, есть ли у вас опыт веб-дизайна?

Если вы не можете решить эти проблемы самостоятельно, вам может потребоваться произвести аутсорсинг. К счастью, электронной коммерции решения такой как Shopify, WooCommerce, и BigCommerce иметь специальные услуги, чтобы помочь вам, если эти проблемы возникают.

Конкуренты: Поскольку первоначальные затраты на запуск, связанные с открытием бизнеса в электронной коммерции, настолько малы, что это делает его насыщенным рынком. Поэтому жизненно важно, чтобы вы провели исследование перед запуском, и найти свою нишу.

Отсутствие физического присутствия. Не смотря на то, что со временем ситуация улучшается, тот факт, что посетители не видят и не чувствуют какие-либо из ваших продуктов, может быть провалом.

Вот несколько способов обойти эту проблему:

- Предложение бесплатной прибыли
- Добавить изображения с высоким разрешением
- Показывать клиентов, использующих ваши продукты
- Включите видео об использовании ваших продуктов
- Включите очень подробное описание ваших продуктов
- Разместите раздел часто задаваемых вопросов на каждой странице продукта

Первоначальные расходы: Самая большая проблема с электронной коммерцией - это начать и добиться этой первой важной продажи.

Некоторые экономически эффективные способы начать, включают в себя:

- Запуск кампании Google Shopping
- Использование всплывающих окон сайта для сбора данных
- Использование брошенных электронных писем корзины

- Публикация панели upsell / upgrade на вашем сайте
- Раздача продуктов влиятельным лицам для рекламы (вы можете идентифицировать их с помощью таких инструментов, как Buzzsumo)

Основные составляющие электронной коммерции

Электронная коммерция состоит из трёх тесно связанных компонент: бизнес-субъектов (участников), процессов, и сетей (посредством которых связываются участники и обеспечиваются процессы).

