

*Ли На, студент магистратуры
2 курс, кафедра экономической теории и менеджмента
Московский Педагогический Государственный университет
Россия, г. Москва*

ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМ И СТРУКТУР ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Аннотация: В статье рассмотрены этапы развития, формы и организационные структуры электронного бизнеса.

Ключевые слова: электронный бизнес, формы электронного бизнеса, структуры электронного бизнеса, организация электронного бизнеса.

*Li Na, Master's Student
2 course, Department of Economic Theory and Management
Moscow Pedagogical State University
Russia, Moscow*

EVOLUTION OF E-BUSINESS FORMS AND STRUCTURES

Annotation: Article discusses stages of development, forms and organizational structures of e-business.

Keywords: electronic business, forms of e-business, structures of e-business, organization of e-business.

Электронный бизнес в своей истории прошел большое количество этапов развития от простейшего обмена данными, создания информационных сайтов до применения в своих технологиях систем искусственного интеллекта.

Специалисты компании GartnerGroup предложили классификацию этапов развития электронного бизнеса, выделив четыре фазы: присутствие, взаимодействие, передача данных (транзакции) и трансформация бизнеса.

Д. Фишер выделил четыре поколения развития, рассматриваемых от простого обмена данными к обеспечению средствами технологий потоков работ и потоков принятия решений¹.

О.В. Вильхивская выделила 5 этапов развития электронного бизнеса²:

I этап – 1960-1970 гг. Основная особенность – зарождение принципов информационного общества, разработка концепции компьютерной сети, создание стандарта обмена данными;

II этап – 1970-1980-е гг. Создаются основные технологические новшества, которые способствовали быстрому развитию информационных технологий: микропроцессоры, карты памяти, концепции развития сети, идеи создания электронной подписи;

III этап – 1980-1990-е гг. Особенностью этапа является разработка стандарта современного интернет-пространства, появление первых концепций электронной коммерции и электронного бизнеса, использование на предприятиях систем планирования производственных ресурсов на основе данных от поставщиков и потребителей;

IV этап – 1990-2000-е гг. Создается новая глобальная информационная среда WorldWideWeb, появляются технологии платежных систем для электронных денег, впервые был создан интернет-банк;

V этап – 2000 г. – настоящее время. Массовое внедрение интернет-технологий во все сферы бизнеса.

Организационно электронный бизнес может реализовываться в следующих бизнес-моделях: «бизнес-для-бизнеса» (B2B), «бизнес-для-потребителя» (B2C), «потребитель-для-потребителя» (C2C), «правительство-бизнесу» (G2B), «бизнес-правительству» (B2G)³.

¹ Панкина Т.В. Электронная коммерция и электронная торговля: подходы к классификации // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2008. № 5 (23). С. 80-84.

² Вильхивская О.В. Сущность понятия «электронный бизнес» и этапы его развития // Бизнес-информ. 2012. № 8. С. 255-262.

³ Быстренина И.Е. Электронная коммерция. Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 90 с.

Первыми в Интернете в прошлом десятилетии появились розничные электронные магазины типа B2C, нацеленные на конечного потребителя. Затем быстро стали развиваться сайты B2B, предназначенные для корпоративных покупателей, и сейчас они доминируют.

Электронная коммерция как одно из направлений электронного бизнеса базируется на нескольких уровнях сетевой инфраструктуры: 1) производственная инфраструктура; 2) инфраструктура перемещения; 3) инфраструктура сбыта; 4) инфраструктура обслуживания¹.

Производственная инфраструктура включает в себя товар и услуги, базу данных, мультимедийный продукт, информационный продукт и услуги.

Инфраструктура перемещения включает в себя Интернет, кабельное телевидение, телефонную сеть и защищенную сеть для электронного обмена деловыми документами между компьютерными программами разных фирм.

Инфраструктура сбыта нацелена на доведение товара или услуги до покупателя. В эту инфраструктуру входят электронная почта, социальные сети, Web-сервер, мессенджеры (Viber, WhatsApp, Telegram и др.), открытые базы данных, электронные каталоги и др.

Инфраструктура обслуживания включает в себя платежи (посредством банковских карт, электронных денег и др.), обеспечение безопасности используемой сети, Web-сервер, каталоги, послепродажное обслуживание.

В зависимости от рыночной стратегии компании возможны следующие формы ее присутствия в Интернет: 1) электронная визитная карточка (лендинг); 2) электронный каталог; 3) электронный магазин; 4) торговые интернет-системы.

Внедрение электронного бизнеса как одного из вариантов инноваций вносит изменения в организационную форму. А это создает синергетический эффект – либо положительный, либо отрицательный. Но в любом случае необходимо анализировать, мониторить общую устойчивость

¹ Ушаков П.С. Электронная торговля в мировой экономике: зарубежный опыт и пути его использования в России. Автореф. дисс. к.э.н.: 08.00.14. М., 2007. С. 15.

предпринимательской структуры на всех этапах внедрения организационных инноваций – разработки, внедрения, распространения.

Экономисты М.Б. Алексеева и А.В. Подъячев предлагают для создания модели устойчивого развития предпринимательской структуры на основе электронного бизнеса использовать модель инновационного развития предпринимательской структуры И.Б. Гуркова¹, в соответствии с которой конкурентоспособность предпринимательской структуры определяет уровень ее экономического положения, который, в свою очередь, создается путем выбора того или иного направления развития информационных технологий электронного бизнеса. Выбор варианта вида электронного бизнеса во многом определяет выход на новый уровень конкурентоспособности. А это позволяет организации выйти на межрегиональные и международные рынки.

Они считают недостаточным оценивать внедрение электронного бизнеса в компаниях с помощью методов оценки окупаемости инвестиций (NPV, IRR, Payback) и стоимости владения (ТСО) и предлагают использовать сбалансированную систему показателей, включающую: 1) финансовую составляющую; 2) клиентскую составляющую; 3) составляющую внутренних бизнес-процессов; 4) инновации и развитие.

Финансовая устойчивость оценивается через коэффициенты ликвидности, коэффициент обеспечения оборотных активов собственными средствами, коэффициент собственности, коэффициент функционирующего капитала, коэффициенты рентабельности.

К клиентской составляющей относятся маркетинговые показатели устойчивости, определяемые наличием удовлетворенности-неудовлетворенности в потребности целевого рынка в продукции, работах и услугах, производимых данной предпринимательской структурой при определенном уровне цен и качества.

¹ Алексеева М.Б., Подъячев А.В. Сохранение устойчивого развития предпринимательской структуры в процессе внедрения электронного бизнеса // Вестник Российской академии естественных наук. 2011. № 15. С. 6-12.

Оценка устойчивости бизнес-процессов производится на основе соответствия организационной структуры управления непосредственным условиям производства.

Оценка инновационной устойчивости производится на основе соотношения ожидаемой эффективности информационной системы организации с фактической. В свою очередь, эффективность информационной системы организации – это ценность информации, производимой информационной системой в единицу времени.

Таким образом, устойчивость предпринимательской структуры при выборе варианта инноваций на основе электронного бизнеса зависит от продуманных и сбалансированных решений, которые не будут создавать кризисных ситуаций в организации.

Использованные источники:

1. Алексеева М.Б., Подъячев А.В. Сохранение устойчивого развития предпринимательской структуры в процессе внедрения электронного бизнеса // Вестник Российской академии естественных наук. 2011. № 15. С. 6-12.
2. Быстренина И.Е. Электронная коммерция. Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 90 с.
3. Вильхивская О.В. Сущность понятия «электронный бизнес» и этапы его развития // Бизнес-информ. 2012. № 8. С. 255-262.
4. Панкина Т.В. Электронная коммерция и электронная торговля: подходы к классификации // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2008. № 5 (23). С. 80-84.
5. Ушаков П.С. Электронная торговля в мировой экономике: зарубежный опыт и пути его использования в России. Автореф. дисс. к.э.н.: 08.00.14. М., 2007. С. 15.