

Тема 8. Бизнес – модели и стратегии Internet – экономики

1. Бизнес – модели и стратегии Internet – экономики

2. Влияние электронной коммерции на разработку стратегии

1. Internet - это единая электронная сеть, состоящая из множества серверов и высокоскоростных компьютеров, цифровых АТС, маршрутизаторов, телекоммуникационного оборудования, линий связи и персональных компьютеров. Основу Internet составляют телекоммуникационные линии, соединяющие страны и континенты и обеспечивающие передачу данных в цифровом виде.

Современный этап информационного общества связан с началом новой волны в развитии компьютерных систем и коммуникаций. Сегодня интернет стал одним из символов глобализации и превращается в главную виртуальную арену международной деловой активности. Механизм формирования государственного управления и базовые технологии диалога правящих структур с обществом и поддержания стабильности переживают качественную трансформацию - сращивание политики, технологии, экономики ускоряет формирование электронной демократии.

Предложение в Internet-экономике формируют, в частности, такие компании:

- *Производители специализированного оборудования и комплектующих.*
- *Провайдеры коммуникационных услуг*, занимающиеся созданием и наладкой телекоммуникационных сетей для обеспечения инфраструктуры Internet и обеспечения услуг. Это компании, ответственные за установку и поддержку оборудования для функционирования Internet — местные телефонные компании, кабельные компании, провайдеры беспроводных коммуникаций.
- *Поставщики компьютерной техники и комплектующих.* Это компании, производящие компьютерную технику, рабочие станции, серверы и периферийное оборудование, а также внутренние устройства.
- *Разработчики специализированного программного обеспечения.* Эти компании разрабатывают программное обеспечение для коммерческих операций, включая программы шифрования, программы обработки заказов и приема платежей, браузеры, программы поддержки баннерной рекламы и разработки Web-страниц, а также программы для ПК модемов, беспроводных устройств, рабочих станций, локальных сетей и пр.
- *Предприятия электронной коммерции.* В эту категорию входят, во-первых, компании, ведущие торговлю на рынке B2B, во-вторых, компании, работающие на уровне B2C, в-третьих, бизнес развлечений в Internet, в-четвертых, компании - контент-провайдеры.

Многие компании работают сразу по нескольким из перечисленных направлений.

2. Распространение электронной коммерции требует разработки новых бизнес-моделей и стратегий. Однако сначала надо проанализировать, каким образом освоение Internet корпоративными и индивидуальными пользователями влияет на ситуацию в отраслях и изменяет границы между ними. Вот самые заметные признаки этого влияния:

- *Internet втягивает в глобальную конкуренцию все компании, независимо от места их расположения.* Это особенно касается компаний, производящих качественные товары с низкими затратами на транспортировку. В мире электронной коммерции национальные границы теряют прежнее значение.

- *Конкуренция в отрасли резко усиливается из-за освоения электронной коммерции традиционными компаниями и из-за появления новых Internet-компаний, работающих только в Сети.*

- *Входные барьеры в электронной коммерции относительно низки.* Многие виды деятельности, входящие в цепочку ценности электронной компании, можно передать в аутсорсинг. Программное обеспечение для создания и поддержки Web-сайта легко приобрести, а услуги по его размещению, поддержке и администрированию относительно дешевы.

- *Электронные покупатели более требовательны к цене, поскольку могут тут же сравнить товары, цены, сроки доставки компаний-конкурентов.* Web-сайты конкурирующих поставщиков находятся один от другого в нескольких щелчках мыши и открыты для посетителей круглосуточно и без выходных, позволяя покупателям сравнивать коммерческие предложения и искать оптимальный вариант.

- *Internet позволяет выбирать поставщиков в любой стране мира и устанавливать с ними тесное взаимовыгодное сотрудничество для повышения эффективности и снижения издержек.* Internet дает возможность вести поиск поставщиков в глобальном масштабе, а после заключения договоров контролировать через Сеть исполнение и отгрузку заказов, поддерживать поставки точно в срок, совместно разрабатывать новые товары и просто эффективнее общаться.

- *Стремительное развитие Internet и компьютерных технологий не позволяет однозначно спрогнозировать последствия.* Например, в 90-х годах прошлого столетия Intel и Microsoft сосредоточили усилия на совершенствовании персонального компьютера как многофункционального устройства для корпоративного и индивидуального использования. Обе компании недооценили роль Internet в технологическом прогрессе и бизнесе и вскоре были вынуждены срочно переориентировать свою деятельность в этом направлении.

- *Internet ускоряет распространение новых технологий и идей.* Компании в любой стране мира, в том числе в развивающихся, могут с помощью Internet отслеживать технологические инновации, получать информацию о новых товарах на глобальном рынке и о новых проектах и действиях лидеров своей отрасли.

- *Электронные технологии требуют от компаний действовать быстрее - “в режиме Internet” или “со скоростью Internet”.* Всего несколько лет назад самые быстродействующие компании могли рассчитывать на конкурентное преимущество перед своими более медлительными соперниками. В бурном мире электронной коммерции скорость стала условием выживания. Новые разработки в разных областях появляются практически ежедневно, рыночные и конкурентные условия меняются на глазах. Отстающий погибает.

- *Электронные технологии открывают новые возможности для реструктуризации отраслевой и корпоративной цепочки ценности.* Оформление заказов на материалы и комплектующие через Internet заставляет производителей переходить на поставку точно в срок, сокращать объемы товарно-материальных запасов и производить ровно столько продукции, сколько требует рынок. Это позволяет гибче реагировать на изменение спроса. Для управления цепочкой поставок, начиная с оформления заказа и заканчивая его исполнением, используются электронная система планирования ресурсов предприятия (ERP) и электронная система управления производством (MES). Переход на электронные системы так снижает издержки, что компания получает возможность производить персонализированные товары с затратами на уровне массового производства, а иногда и дешевле, кроме того, резко сокращается время производства и затраты на оплату труда. Все виды деятельности из цепочки ценности, связанные с поставкой комплектующих и запчастей, можно оптимизировать за счет более тесного сотрудничества с поставщиками. Весь документооборот идет быстрее, аккуратнее, с меньшим количеством бумаг и усилий персонала. Радикальные изменения происходят также в звене распространения.

- *Internet служит дешевым каналом обслуживания потребителей.* Предоставление услуг через Internet позволяет сократить штат служащих, которые посещают заказчиков на дому и ведут телефонные переговоры, и ускорить обработку заказов, переданных по факсу и электронной почте.

- *Под Internet-проекты относительно легко получить инвестиции.* В традиционных отраслях привлечение капитала для финансирования новых начинаний нередко затруднено, а высокотехнологичные Internet-компании без особых хлопот получают инвестиции в несколько миллионов, а то и миллиардов долларов.

- *Электронным технологиям постоянно требуется ценный ресурс — человеческий талант.* Самые ценные в конкурентном отношении активы компании — это лидерство в разработке ключевых технологий и кадры с уникально опытом и знаниями.

Контрольные вопросы:

1. Бизнес – модели и стратегии Internet – экономики
2. Влияние электронной коммерции на разработку стратегии
3. Электронные технологии