

ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**Евдокимова О.В., Мамонтова А.И.,****научный руководитель канд. техн. наук Колокольникова А. И.*****Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева***

Экономика функционирует благодаря разнообразным сетям связей между людьми, которые позволяют им обмениваться информацией, координировать и согласовывать свою экономическую деятельность. Известно, что строительство дорог, судоходных каналов, новых торговых маршрутов и т. п. всегда расширяло контакты людей и обмен информацией между ними. Часто все это давало импульс для кардинальных изменений в экономике регионов, стран и континентов. Но уменьшение пространственных барьеров между людьми само по себе не дает социально-экономических результатов. Результаты появляются только тогда, когда люди начинают использовать общие для всех правила и нормы поведения, когда между ними возникает доверие, уважение и ощущение предсказуемости взаимного поведения. После этого можно считать, что между людьми есть устойчивые социально-экономические связи. Такие связи позволяют существенно снижать непроизводственные издержки предпринимателей (сделок), поскольку распространяемая информация воспринимается с доверием и может без дополнительных расходов на проверку ее достоверности использоваться для принятия решений.

Актуальность работы заключается в том, что использование Интернета в традиционном бизнесе приобретает стратегическое значение. Сейчас в наших условиях Интернет может быть не только дополнительным каналом реализации продукции и инструментом решения отдельных маркетинговых задач. По мере роста общего количества посетителей Интернета, он превращается в основной маркетинговый канал. Интернет дает возможность компаниям выйти со своим товаром на огромный мировой рынок, значительно снижать расходы в построенных ими цепочках спроса и предложения, обслуживать заказчиков на таком уровне, о котором нельзя было и мечтать, внедриться на ранее недоступные по географическим причинам рынки, создавать новые рынки труда и капитала, новые потоки доходов и, наконец, пересматривать сам характер своей деятельности. Предприятию нужно представить информацию о себе: род деятельности, прайс-листы, и т.д. Для этого существует много способов. Одним из наиболее эффективных способов является регистрация предприятия на информационном бизнес-портале.

Бизнес-Портал - web-сайт, организованный как системное многоуровневое объединение различных ресурсов и сервисов. Другими словами, портал - это "электронная библиотека", разделенная на различные тематические отделы, способные включать в себя количественные и качественные данные, анализы, графики и т.д., обновление которых происходит в реальном времени.

«Интернет – экономикой» принято называть применение современных информационных технологий в бизнесе. Интернет-экономика начинает переворачивать бизнес. Те, кто используют современные информационные технологии бизнеса сегодня, преуспевают, кто игнорирует – отстают. Интернет коренным образом меняет методы работы многих компаний, что заметнее всего в области высоких технологий. Новые информационные технологии сегодня проникают и в другие сферы - машиностроение, химию, биотехнологию, медицину, финансовые и фондовые рынки, нефтяные газодобывающие отрасли и т.д. И "купля-продажа" через Интернет - это только верхушка массивного и все разрастающегося айсберга. В то время как одни компании действительно впервые прибегают к Интернету для прямого выхода на своих заказчиков, дру-

гие используют его возможности и разветвленность коммуникаций для интенсификации своих отношений с торговыми партнерами, например, для запроса цен или реализации излишков товарно-материальных запасов на торгах.

В отраслях от рекламного бизнеса до транспортировки грузов или производства биопрепаратов появляются совершенно новые Интернет-компании. Используя возможности Интернета, эти информационные посредники создают суперэффективные электронные рынки товаров и услуг, сводя вместе продавцов и покупателей, которые бы прежде не могли найти друг друга, и осуществляют сделки "купли или продажи" с использованием средств электронного документооборота.

Это принято называть "электронной коммерцией", которая является основной составляющей частью Интернет-экономики в целом. Электронная коммерция, высвечивающаяся на экране мониторов спрос и предложение, развивается быстрыми темпами, но это ничто по сравнению со скоростью и абсолютными показателями межфирменной торговли товарами через Интернет. Всегда традиционно фирма направляет инвестиции вовнутрь, концентрируя внимание на повышении эффективности каждого своего предприятия в отдельности. В противоположность этому, Интернет-экономика направлена на установление связей и заключение сделок со всем внешним миром. Благодаря "электронному бизнесу" польза приходит не только от ускорения и автоматизации собственных процессов, но и от повышения эффективности контактов с новыми поставщиками и заказчиками, и гигантского снижения транзакционных издержек.

Инвестиции в Интернет-экономику являются не только высокоприбыльными, но и обеспечивающими движение общества вперед к устойчивому развитию мироздания. По сути дела, изменяется геоэкономическая ситуация на рынках труда, капитала, производства товаров и услуг, социальной сферы, создания равных возможностей торговли во многих странах мира. Все это записано в многостраничных резолюциях ООН, других международных организациях, которые ведут огромную работу в сфере развития Интернет-торговли и, что самое главное, разрабатывают интегральные законы в этой сфере применения во многих странах мира. Свои рекомендации и резолюции разработали Комиссии по предпринимательству, упрощению деловой практики и развитию в рамках Международной торговой организации, Комиссии ООН по праву международной торговли (ЮНИСТРАЛ) и Центр по упрощению процедур международной торговли (СЕФАКТ) в рамках Европейской экономической комиссии, Международная торговая палата, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Всемирная торговая организация, Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС), межправительственный форум Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС), Комиссии Европейских сообществ и многие другие.

Интернет-бизнес - это один из самых эффективных инструментов для создания и развития большинства видов бизнеса. Интернет-бизнес позволяет фирмам обеспечить своей корпоративной информацией весь мир или только целевую группу клиентов, сократить издержки, получить возможность осуществления платежей через Интернет, автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы компании как внутри, так и в отношениях с поставщиками, дилерами и партнерами, обеспечить бесперебойную работу бизнеса (7 дней в неделю, 24 часа в сутки) выходить на любой рынок мира, развивать отдельные направления бизнеса, сокращение расходов на рекламу и маркетинговые мероприятия, безконтактность с районными и городскими администрациями, мобильность бизнеса.

Технологии интернет-бизнеса позволяют решить следующие проблемы: недостаточность информационного обмена между компанией и партнерами, поставщиками, дилерами, в конце концов, с персоналом; недостаточность средств для масштабных рекламных кампаний; высокий уровень выхода на новые рынки; сложность выхода на региональные рынки, не говоря уже о мировых; непомерные налоги со стороны госу-

дарства; постоянное вмешательство в ваш бизнес районных и городских администраций; высокие издержки; неразбериха внутри компании из-за неналаженных взаимоотношений между отделами компании; проблемы в ведении отчетности и т.д.

Основными инструментами Интернет-бизнеса в отношении малого и среднего бизнеса России являются:

- Корпоративный веб-сайт,
- Интернет-магазин,
- Интернет-аукцион,
- Информационный бизнес-портал,
- Интернет-биржа,
- Интернет-Маркетинг,
- Интернет-банкинг.

Корпоративный веб-сайт - информационная страница с данными о компании, проекте, товарах и услугах, видах деятельности, предложениях по сотрудничеству.

Интернет-магазин - витрина онлайн-ового или традиционного бизнеса, на которой размещается предложение товаров и услуг для их дальнейшей реализации. Интернет-магазин может также являться частью корпоративного веб-сайта.

Интернет-аукцион - торговая витрина, через которую пользователь может продать любой товар. Заработок владельца такого аукциона - комиссионные со сделки. Интернет-аукцион может являться частью Интернет-магазина, который, в свою очередь, может являться частью корпоративного веб-сайта.

Информационный бизнес-портал – сложная информационная система, которая представляет собой автоматизированную систему поиска, создания и поддержки в онлайн-овом режиме прайс-листов, информационных карточек и коммерческих объявлений зарегистрированных на нём предприятий любой формы собственности.

Интернет-биржа - торговая площадка, через которую предприятия ведут торговлю товарами и услугами. Заработок владельца - комиссионные или, если в каждой сделке владелец является продавцом или покупателем, сокращение издержек.

Интернет-Маркетинг - эффективнейший и важнейший инструмент Интернет-бизнеса.

Интернет-банкинг- виртуальные и традиционные банки, предоставляющие банковский сервис по многим каналам, включая Интернет.

Виды информационного и экономического взаимодействия можно классифицировать по типу взаимодействующих субъектов бизнеса. Термин В2С (Business-to-Customer, буквально бизнес для потребителя) обозначает, что предприятие ведет продажу товаров и услуг, непосредственно предназначенных для конечного потребителя. Интернет-магазин - один из наиболее популярных В2С инструментов в электронной коммерции. Термину В2В (англ. Business to Business, буквально бизнес для бизнеса) соответствует любая деятельность, направленная на клиентов, которые являются юридическими лицами. Объем В2В-транзакций больше, чем объем В2С-транзакций. Правительство-бизнес (сокращенно G2B) является онлайн некоммерческого взаимодействия местных органов власти и центрального правительства с коммерческим сектором бизнеса с целью предоставления предприятиям информации и консультаций.

Появление глобальных сетей связи, и в первую очередь – Интернет, привело к настоящей революции в области организации и ведения коммерческой деятельности. Интернет дает возможность компаниям выйти со своим товаром на мировой рынок, значительно снижать расходы в построенных ими цепочках спроса и предложения, создавать новые рынки труда и капитала, новые потоки доходов и, наконец, пересматривать сам характер своей деятельности.