**Тема 2. Принципи функціонування електронного бізнесу. Види електронної економічної діяльності**

# Принципи функціонування електронного бізнесу

Принципи електронної комерції були сформульовані американськими вченими, які визначили способи, за допомогою яких особи, що приймають рішення, можуть змінювати правила життєдіяльності своїх компаній і галузей, а також взаємини між ними шляхом надавання електронній комерції статусу рушійної сили в удосконалюванні бізнесу.

М. Кастельс виділяє п’ять принципів цифрової економіки:

* продуктивність переважно залежить від використання досягнень науки і техніки, а також від якості інформації і менеджменту;
* у розвинених капіталістичних країнах відбувається перенесення уваги виробників і споживачів від матеріального виробництва у бік інформаційної діяльності;
* глибока трансформація організації виробничого процесу (від стандартизованого масового виробництва у бік гнучкого виробництва і від вертикально інтегрованої організації у бік горизонтальних мережних взаємин між підрозділами);
* глобальний характер економіки, при якому капітал, виробництво, менеджмент, ринки, праця, інформація і технології організовуються незалежно від національних меж;
* революційний характер технологічних змін, в основі яких, – ІТ, що перетворюють матеріальну основу сучасного світу.

К. Келлі сформулював основні принципи функціонування електронної економіки.

**Принцип єдиного системного зв’язку**. Персональні комп’ютери й інші комп’ютерні пристрої пов’язані між собою через телекомунікації і утворюють всесвітню мережу.

**Принцип повноти**. В електронній економіці цінність товару/послуги зумовлена різноманітністю пропозицій. Це означає, що чим більше товарів умережі, тим ціннішими вони стають. Проте цей принцип суперечить відомим аксіомам, які відбивають відповідні закономірності традиційної економіки (перша аксіома: цінність визначається рідкістю товару, оскільки його кількість обмежена; друга аксіома: надмірне виробництво товарів призводить до значної втрати його цінності).

**Принцип експоненти** – розвиток електронної економіки відбувається експонційно, що пов’язано з нелінійним характером збільшення кількості її елементів.

**Принцип зростаючого ефекту**. Прихід в електронну економіку нових учасників призводить до збільшення розмірів мережі. Завдяки збільшенню обсягів Internet до неї потрапляє все більша кількість бізнесменів. Зрештою збільшується обсяг продажу товарів (послуг), який призводить до зростання обсягу отримуваного прибутку учасника бізнес-процесів.

**Принцип зворотного ціноутворення**. Сутність його полягає в тому, що ціни на всі кращі товари (послуги), які зустрічаються в електронній економіці, мають явну тенденцію до зниження з року в рік. Інтернет-компанії для виживання в жорсткій конкурентній боротьбі змушені постійно поставляти на ринок все нові товари. З цієї причини в інтернет-економіці зростає значущість банерної реклами, цінність здійснюваних інновацій. Система зворотного ціноутворення поширюється на мікропроцесори, телекомунікації, мікросхеми і тому подібне. Ціни на телекомунікаційні послуги знижуються, а телекомунікаційні потужності зростають дуже швидко.

**Принцип «безоплатності»**. В електронній економіці цінність товару (послуги) прямо пропорційна масштабу його поширення. Тому зростання кількості наданих користувачам копій (наприклад, програмних продуктів) призводить до збільшення і цінності кожної з них. Продаючи варіанти продукту, які у майбутньому модернізуються, і додаткове сервісне обслуговування до нього, інтернет-компанія може постійно і цілком достатньо заробляти. При цьому вона продовжує безкоштовно поширювати початкову версію продукту.

**Принцип лояльності**. Сутність цього принципу полягає у тому, що прихильність покупців певної інтернет-компанії опиняться в одночасному застосуванні мережі і мережних платформ. Якщо в традиційній економіці рівень якості життя кожного громадянина здебільшого залежить від ефективності функціонування національної економіки, то в Інтернеті добробут громадянина визначається рівнем процвітання мережі. З цього випливає висновок: для забезпечення максимально високого рівня життя кожного громадянина необхідно всіляко сприяти розширенню й удосконаленню мережі і можливості в ній працювати.

**Принцип переоцінки цінностей**. Він полягає в поступовому заміщенні матеріальних цінностей системою знань і інформаційних цінностей. Частина вартості інформаційної складової у вартості сучасних товарів постійно зростає. Відповідно до цього принципу постачальники продукції в Інтернет виготовляють свої каталоги-пропозиції з урахуванням конкретної групи покупців або сегментів ринку.

**Принцип глобалізації**. Електронна економіка – це сукупність тісно пов’язаних між собою ринків у світовому масштабі. Географічне розташування інтернет-компаній не має принципового значення. Будь-який бізнес в мережі розповсюджується практично миттєво по всіх країнах світу. З такою ж швидкістю з’являються і конкуренти, що пов’язане зі зростанням різного роду ризиків. Могутнім американським інтернет-компаніям, які займаються бізнесом у сфері телекомунікації, дуже серйозну конкуренцію складають аналогічні компанії Європейського Союзу.

**Принцип хаосу**. Сутність його полягає в тому, що життєздатність компаній в електронній економіці забезпечується за допомогою періодично і досить часто станом неврівноваженості, що настає. При його появі відбувається знищення старого електронного бізнесу й одночасно створюються сприятливі умови для народження нового бізнесу, більш ефективного. Практикою установлено, що термін існування нового бізнесу в мережі значно коротший, ніж в традиційній економіці. При цьому зі знищенням старих робочих місць з’являється незрівнянно більша кількість нових робочих місць. На думку деяких фахівців електронна економіка функціонує в умовах періодично хаосу, що настає.

**Принцип децентралізації**. Анархія – це основний спосіб існування електронної економіки. У ній немає центрального планового органу, який би координував і вказував потрібний напрям руху всіх учасників мережі. Електронна економіка практично не піддається регуляції.

**Принцип клонування**. В електронній економіці виключно високими темпами відбувається щорічне збільшення реального числа покупців, однорідні групи яких утворюють нові сегменти віртуального ринку. При цьому зникають торговельні межі. Процес електронної торгівлі (ЕТ) стає дійсно вільним у світовому масштабі. Якщо телебаченню потрібно було 113 років, щоб сформувати контингент постійних користувачів у 50 млн людей, радіо – 38 років, то Інтернету – тільки 5 років.

# Види електронної економічної діяльності

Електронна економічна діяльність включає наступні види:

* віртуальні компанії;
* електронну оптову і роздрібну торгівлю, електронний маркетинг, перед- та післяпродажну підтримку споживачів, електронні оптові й роздрібні фінансові послуги, зокрема кредитування, і страхування;
* комерційні дослідження маркетингового типу;
* електронна реклама;
* комерційні операції (інтерактивне електронне замовлення, доставка, оплата);
* загальне розроблення продукту (товарів, послуг);
* розподілене спільне виробництво електронних товарів;
* електронне адміністрування бізнесу (зокрема сферу податкового адміністрування);
* електронну торгівлю товарами/послугами;
* електронний бухгалтерський облік;
* укладення угод в електронній формі;
* електронне арбітражне адміністрування (тобто розв’язання суперечок) тощо.

Причини, за яких компанії переходять до електронного простору:

* освоєння нових сегментів ринку;
* підвищення рівня реагування;
* надання нових послуг;
* зниження витрат;
* підтримка бізнес-процесів у режимі on-line;
* тісне партнерство;
* цілодобовий доступ.