

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Среди наиболее значимых достижений информационных технологий в XX веке стало появление и развитие Интернет. Технологии и стандарты передачи данных через Интернет стали универсальной средой обмена коммерческой информацией и во многом определили принципы ведения бизнеса в сфере электронной коммерции.

Интернет представляет собой уникальную среду, с помощью которой любая фирма может осуществлять распространение информации о своих товарах и услугах, проводить маркетинговые исследования, обеспечивать послепродажную поддержку своих клиентов. Частные и небольшие фирмы получили возможность шире использовать преимущества электронной коммерции, основанной на Интернет-технологиях.

В современной экономической литературе часто используется определение электронной коммерции, данное UNCTAD: «Под «электронной коммерцией» понимаются все формы сделок, связанные с коммерческой деятельностью организаций и физических лиц, которые основаны на обработке и передаче цифровой информации, включая тексты, звуки и визуальные данные» [1]. Определение UNCTAD и некоторые другие являются, несомненно, очень актуальными при рассмотрении вопросов электронного бизнеса и электронной коммерции. Но в них часто не учитывается, что электронная коммерция на современном этапе, как правило, включает в себя не только электронное, но и физическое взаимодействие сторон [2].

В область, охватываемую понятием «электронная коммерция», необходимо включить и такие виды деятельности, как проведение маркетинговых исследований, определение возможностей и партнеров, поддержка связей с поставщиками и потребителями, организация документооборота и пр. Таким образом, электронная коммерция является комплексным понятием и включает в себя электронный обмен данными как одну из составляющих [3].

Сегодня экономика представляет собой систему, использующую современные технологии, и ее основу составляют предприятия, которые активно переводят свой бизнес в Интернет. Для того, чтобы бизнес в Интернет был успешным, не обязательно быть крупной компанией. Предприятия малого и среднего бизнеса имеют те же шансы на прибыльность, и более того именно такие предприятия станут движущей силой электронной коммерции. Однако информационная технология сама по себе не дает конкурентных преимуществ, ее нужно использовать для поддержки стратегии конкуренции.

Деятельность любой коммерческой компании направлена на удовлетворение потребности определенного круга потенциальных покупателей ее товаров или услуг. Покупатели сферы электронной коммерции имеют свои особенности, они отличаются от покупателей на традиционных физических рынках. Учитывать эти особенности приходится любой компании, выходящей на рынок электронной коммерции. Обеспечение клиента необходимой ему информацией – один из ключевых факторов успешного ведения бизнеса. Благодаря Интернет-технологиям поддержка клиентов может быть более эффективной и оперативной.

Важнейшим преимуществом является присутствие организации во многих странах мира, а также возможность завоевывать рыночные позиции везде, где есть такая возможность. Сетевая организация консолидирует ресурсы по всему миру с целью добиться наилучшего качества продукции при максимально низкой стоимости, что является одним из решающих факторов для достижения устойчивого преимущества над конкурентами. Преимуществом является также гибкость в выборе рабочей силы, поскольку выполнение любой функции можно заказать, условно говоря, любой профильной компании в какой угодно точке мира. При этом компании-исполнители каждой функции могут быть заменены более предпочтительными без особых ограничений, таких как необходимость приобретения завода и необходимого оборудования. Другой, не менее важный аспект – это более высокая производительность и удовлетворенность выполняемой работой теми, кто работает в головном офисе, благодаря существенно более гибкой структуре предприятия. Причем структура сетевой (виртуальной) корпорации наиболее гибкая из всех возможных форм существования деловых организаций.

Установлено, что учитывая темпы роста информационных технологий, электронная коммерция становится важной и необходимой частью для успешного ведения бизнеса и на современном этапе включает в себя не только электронное, но и физическое взаимодействие сторон. Исходя из опроса участников E-commerce, проведен анализ конкурентных преимуществ предприятий электронной коммерции.

1. Building Confidence. Electronic Commerce and Development. UNCTAD, 2000, p.14
2. Гречков В.Ю., Современное состояние и перспективы электронной коммерции (маркетинговый подход) : Маркетинг в России и за рубежом №6 / 2003
3. Ухин Д. Оценка перспектив электронной коммерции (в мире)
//[<http://www.m4u.webprovider.com/articles/ecperspecives.htm>]