

ИНТЕРНЕТ-ЭКОНОМИКА КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ, СПОСОБСТВУЮЩИХ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАДАЧ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Ткаченко И.Ю

Глобальная сетевая экономика получила название Networks Economy. Другое используемое определение – New Economy или Internet Economy. Привлекательность и эффективность сетевой экономики зависит от наличия в ней критической массы экономических агентов и развитой электронной инфраструктуры, которая делает возможным их электронную деятельность. Электронный бизнес состоит из следующих структурно-функциональных составляющих: электронная коммерция, электронные закупки, электронное обслуживание заказчиков, электронное обслуживание деловых партнеров, электронное обслуживание служащих, электронное обслуживание влиятельных лиц.

Если в основу классификации положить критерий установления электронных взаимоотношений между основными экономическими субъектами (агентами), то электронный бизнес (электронная коммерция) включает в себя следующие составляющие: "Предприятие–Предприятие" (B2B), "Предприятие–Потребитель" (B2C), "Потребитель–Потребитель" (C2C), "Потребитель– Предприятие" (C2B) и "Предприятие–Правительство (B2O).

Предприятие – Предприятие (B2B) имеет место, когда два предприятия на основе договоров осуществляют сделки купли-продажи товаров и услуг; платежи, маркетинг через Интернет.

Предприятие – Потребитель (B2C) предусматривает продажи предприятием своих товаров и услуг через Интернет напрямую потребителям.

Потребитель – Потребитель (C2C) – одни потребители на основе заключенных сделок и с помощью Интернет-провайдеров продают товары другим потребителям.

Потребитель – Предприятие (C2B) – потребители через Интернет делают свой выбор посредством предложения своей цены на различные товары и услуги, предлагаемые предприятиями.

Предприятие – Правительство (B2O) – предприятие через Интернет предлагает и осуществляет свои услуги правительственным

организациям.

Интернет-экономика представляет собой сетевую системно организованную многоуровневую пространственную структуру взаимоотношений в Интернете между экономическими агентами, включающую индустрию создания новых информационных технологий и информационных продуктов, телекоммуникационные и провайдерские услуги, электронный бизнес, электронные рынки, электронные биржи, телебанкинг, телеработу и другие составляющие и которая развивается в соответствии со своим специфическими целями и критериями эффективности.

На место традиционному бизнесу приходит электронный или Интернет-бизнес, развивающийся на базе высоких технологий и включающий в себя качественно новые методы работы компаний, которые позволяют им обеспечить конкурентные преимущества за счет увеличения инвестиций, сокращения затрат, расширения сферы деятельности и выявления новых каналов сбыта, привлечения новых потребителей и улучшения обслуживания клиентов, большей мобильности и оперативности при принятии управленческих решений, возможности конвергенции. Электронная коммерция выполняет функции маркетинга, продажи и приобретения продукции, услуг, ценных бумаг в сети Интернет.

Конвергенция Интернет-бизнеса возникает на основе сетевых Интернет-технологий и представляет собой интеграцию или более свободное взаимопроникновение различных видов деятельности и переплетение различных функций Интернет-компаний при расширении своего бизнеса, при инвестировании ими в различные сферы, при освоении новой рыночной ниши, что предоставляет им возможность успешно работать на самих различных рынках. В процессе сетевой конвергенции имеет место определенный интегральный эффект и формируются электронные интегрированные компаний.

Сегодня в информационном Интернет пространстве разворачивается острая конкурентная борьба как между традиционными компаниями и новыми Интернет-компаниями, так и среди новых Интернет-компаний. В последнее время все чаще новые Интернет-компания, которые имеют пока небольшую, но быстро растущую долю на рынке, поглощают традиционные промышленно-финансовые компании. Следовательно, меняются пропорции между секторами и подразделениями экономики.