Тема: Види електронного бізнесу

План

1. Електронна комерція.

2. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкинг).

3. Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг).

4. Електронні аукціони.

5. Електронна пошта.

6. Електронні бюро.

7. Електронні страхові послуги.

8. Дистанційне навчання.

***1. Електронна комерція***

На сьогодні можна виділити наступні основні форми проведення торгових операцій через Інтернет:

– електронна комерція;

– електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг);

– електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг);

– електронні аукціони;

– електронна пошта;

– електронні бюро;

– електронні моли;

– електронні страхові послуги

– дистанційне навчання.

Приналежність компанії до певного виду е-бізнесу визначається специфікою його діяльності, а не технологією, яка при цьому використовується.

***Електронна комерція (е-commerce)*** – вид електронної комерційної діяльності – продаж, здача в оренду, надання ліцензій, постачання товарів, послуг або інформації і тому подібне з використанням інформаційних комунікаційних технологій. Поняття „е-комерція” ширше, ніж поняття „електрона торгівля” (ЕТ), оскільки воно охоплює всі види електронної і комерційної діяльності. Іншими словами це обмін матеріальних або віртуальних товарів/послуг на гроші (електронні) між об'єктами комерційної діяльності в мережі Iнтернет, при чому весь цикл комерційної трансакції або її частина здійснюється електронним способом. Електронна комерція може відбуватися між суб'єктами підприємництва під час виробництва і продажу товарів (бізнес-бізнес), між суб'єктом підприємництва і споживачем, під час продажу і розповсюдження товарів (бізнес-споживач), між двома споживачами (споживач-споживач).

<http://www.ua.all.biz/> <http://prom.ua/>

***2. Електронна банківська діяльність*** *(****Інтернет-банкінг)*** – це операції певних банківських послуг, які здійснюються через комп'ютерні мережі (наприклад, в Україні, відома система «Банк-клієнт»), або з використанням мережі Iнтернет. Для виконання операцій використовується браузер, тобто відсутня необхідність налаштування клієнтської частини програмного забезпечення системи.

«ПриваБанк 24» <https://privatbank.ua/ru/apps/privat-24/>

«Райффайзен Онлайн» <https://www.aval.ua/ru/e-services/ib/>

Електронний банк дозволяє клієнтам отримувати доступ до їх рахунків і здійснювати різні фінансові трансакції.

Транзакція – елементарна комерційна дія – переказ грошей, підтвердження про їх отримання, надання інформації про котирування певних цінних паперів і тому подібне. Разом з ідентифікатором і реєстраційним ім'ям з метою безпеки використовують списки номерів трансакцій, тобто набору одноразових паролів, використовуваних тільки для однієї банківської операції.

Електронний банк надає клієнтам повне самообслуговування, споживачі детально можуть проглянути стан своїх рахунків, включаючи історію (запис всіх виплат і надходжень), здійснювати переказ суми, замовляти чеки, оплачувати рахунки. Перші системи, в яких здійснено переказ грошей з рахунку на рахунок через Інтернет, з'явилися у 1995 році. Вже зараз можна говорити про формування у світі цього сектору ринку послуг. Близько 100 великих банків Європи надають послуги Інтернет-банкингу. У США набула поширення система Інтернет-банкингу Citibank Online, кількість користувачів якої на сьогодні понад 2 мільйони чоловік, дозволяє забезпечити проведення розрахунків і контролювати їх учасниками фінансових відносин.

Щоб стати клієнтом віртуального банку, споживач повинен підключатися до Інтернет й установити відповідне ПЗ на своєму комп’ютері. Відкривши рахунок у банку, користувач отримує можливість вести розрахунки з постачальниками послуг через Інтернет, здійснювати платежі за комунальні послуги, купувати товари у віртуальних магазинах і тому подібне. Використання системи Інтернет-банкингу надає такі переваги: суттєво економиться час, тому що не потрібно відвідувати банк; клієнт має можливість 24 години на добу контролювати власні рахунки і відповідно до ситуації на фінансових ринках миттєво реагувати на ці зміни. Оскільки витрати на організацію банківського обслуговування через Інтернет достатньо малі, віртуальні банки більшості індустріально розвинених країн пропонують своїм клієнтам високі ставки по депозитах.

***3. Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг****).* На даний час електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг) надто поширені. Це надання клієнтам фінансовими інститутами можливості ефективних операцій своїми коштами і цінними паперами на глобальних валютних і фондових ринках через Інтернет – цей вид послуг дає можливість клієнтові за допомогою інвестиційного посередника (банку або брокерської компанії) здійснювати покупку-продаж на фінансових ринках через Інтернет і формувати власний інвестиційний портфель.

Особливого поширення набув Інтернет-трейдинг у США, що дало можливість спростити і прискорити виконання основних бізнес-моделей фондового ринку – відкриття і ведення рахунків, прийом і виконання ордерів від інвесторів на купівлю-продаж цінних паперів і виведення їх на ринок, отримання інформації про котирування, новини, управління портфелем цінних паперів і тому подібне, перегляд даних про фінансові показники.

Для брокерів Інтернет-трейдинг став новою формою ведення бізнесу, в результаті застосування якого були переглянуті ключові концепції функціонування світових фінансових ринків і відбулася реструктуризація всіх видів бізнесу, пов’язаних з торгівлею цінними паперами, включаючи брокерсько-ділерські послуги, послуги клірингових, платіжних і депозитних систем. Операції з електронними цінними паперами, які називаються електронними брокерськими, дозволяють отримувати звіти про ціни на акції в будь-якій точці світу в режимі реального часу. Користувачі можуть негайно відреагувати на зміну курсу. Кожен, у кого є банківський Інтернет-рахунок, може купувати і продавати акції. Завдяки такій системі кожен може взяти участь у торгах і заробити гроші, вигідно купити або продати цінні папери.

Як правило, доступ до торгів надається [брокером](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%B5%D1%80). Він надає своїм клієнтам програмне забезпечення для зв’язку з [біржею](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D1%80%D0%B6%D0%B0) для проведення торгів і здійснює технічну підтримку даної діяльності.

<http://univer.ua/ru/demo-trading/>

<http://www.admiralmarkets.com.ua/trader/open-demo>

Головна перевага Інтернет-трейдингу – це можливість непрофесійних приватних інвесторів вкладати гроші у прибуткові активи. Електронні брокерські системи відкривають доступ на фінансовий ринок середнім і дрібним банкам, забезпечуючи оперативний аналіз операцій на фінансових ринках, швидке оцінювання можливих прибутків і ризиків на різних сегментах ринку.

***4. Internet-аукціони.***

**Електронний аукціон** (*е-аукціон, e-auction*) – продаж різноманітних товарів на аукціоні в рамках електронного бізнесу, коли є один продавець і безліч покупців. Зацікавлені в конкретній пропозиції клієнти перераховують продавцеві плату і одержують потрібний продукт протягом відповідного часу.

<http://catalog.i.ua/catalog/893>

<http://aukro.ua/> <http://catalog.i.ua/>

<http://auction.club.co.ua/>

<http://iblack.com.ua/>

Українська електронна торгова площадка:

<http://www.uetp.com.ua/electronic_trade/commercial_purchases/auction/>

Українська універсальна біржа <http://uub.com.ua/ets/>

Особливістю **Internet-аукціонів**, або мережевих аукціонів, є те, що вони проводяться в мережі Internet з допомогою спеціального програмного забезпечення (бази даних), встановленого на сайті організатора торгів. У 1998 р. в американських мережевих аукціонах купівлю здійснили 1,2 млн. осіб. Internet-аукціони дають користувачам можливість не тільки реалізувати товари і послуги через Internet, а й здійснювати їх тестові продажі. Значна кількість компаній використовують їх як інструмент маркетингової оцінки, з допомогою якого можна визначити розмір початкового попиту і ринкову ціну для нового продукту.

**Інтернет-аукціон –** аукціон, що відбувається у мережі [інтернет](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82), учасники якого дистанційовані один від одного. На продаж можуть бути виставлені будь-які товари та послуги, від побутової техніки до ідей, проектів тощо. Перевагою інтернет-аукціону є легкий доступ до участі у ньому всіх користувачів.

Організація і проведення аукціонів в Інтернет зробили аукціон більш демократичним, дозволивши кожному торгуватися за будь-яку річ, яка виставляється на торги. Електронні аукціони надають усім охочим можливість виставляти на своїх web-сторінках майно, яке б вони хотіли продати. Сайти забезпечують інфраструктуру для обміну товарами за моделлю аукціону, коли ціна встановлюється на основі попиту. В цілому Інтернет поступово витісняє концепцію жорстких цін - їх змінює ціноутворення в динаміці.

КЛАСИФІКАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-АУКЦІОНІВ

Словник української мови розглядає класифікацію як систему розподілу предметів, явищ або понять на класи, групи тощо за спільними ознаками, властивостями. Метою класифікації Інтернет-аукціонів є розкриття обсягу понять, виявлення групових характеристик досліджуваних об’єктів для розробки загальних критерій їх ідентифікації.

І. ***За суб’єктами, які змагаються за лот на:***

А) Інтернет-аукціон продавців (зворотній) – покупець виставляє свою найвищу ціну за товар, роботу, послугу, яку бажає придбати, а продавці надсилають йому свої менші цінові пропозиції.

Б) Інтернет-аукціон покупців (прямий, висхідний) – продавець виставляє товар, роботу, послугу та початкову ціну, а покупці надсилають свої пропозиції, найвигідніша пропозиція покупця є переможною.

В) подвійний Інтернет-аукціон – одночасно надходять пропозиції від покупців та продавців.

ІІ***. За правовим статусом продавця і покупця та за призначенням товару:***

А) c2c (consumer-to-consumer) — продавці і покупці є фізичними особами, що не займаються підприємницькою діяльністю;

Б) b2c (business-to-consumer) — продавець, що здійснює підприємницьку діяльність пропонує на Інтернет-аукціоні товари для особистого (побутового) вжитку фізичним особам.

В) b2b (business-to-business) — продавці і покупці мають статус підприємця, а товари, що пропонуються на Інтернет-аукціоні для використання в бізнесовій діяльності.

ІІІ. ***За відкритістю інформації про цінові пропозиції:***

А) Інтернет-аукціон відкритих цінових пропозицій – кожному учаснику Інтернет-аукціону за допомогою інформаційно-телекомунікаційної системи надано можливість бачити цінові пропозиції інших учасників.

Б) Інтернет-аукціон закритих цінових пропозицій – інформаційно-телекомунікаційні засоби Інтернет- аукціону скривають інформацію про хід торгів. Учасники мають можливість побачити всі цінові пропозиції по його закриттю.

IV. ***За інформацією про попит на лот Інтернет -аукціону:***

А) Інтернет-аукціон з вивченням цінових пропозицій – разом із заявкою на участь у Інтернет-аукціоні учасник подає свою цінову пропозицію, сплачує гарантійний внесок, що вираховується відповідно запропонованій ним ціни. Відповідно до ч. 18 ст. 19 Закону України «Про приватизацію державного і комунального майна» від 18.08.2018 р. аукціонна комісія або електронна торгова система визначають найкращу пропозицію стартовою ціною лота.

Б) Інтернет-аукціон без інформації про попит на лот – стартова ціна лоту визначається за ринковими цінами на подібні до лоту товари, послуги.

V. ***За вольовою ознакою відчужувача майна:***

А) примусовий – продавцем є спеціальна організація, що здійснює продаж примусово-вилученого у боржників майна (вигодонабувачем є кредитор);

Б) добровільний – власник майна на власний ризик в згоді із своєю волею виставляє майно на продаж (вигодонабувач – власник майна).

VI. ***За доступом до Інтернет-аукціону:***

А) публічний (відкритий) – кожен правочиноздатний суб’єкт цивільних правовідносин має право зареєструватися на сайті Інтернет-аукціону, сплатити гарантійний внесок та прийняти участь в Інтернет - аукціоні;

Б) приватний (спеціалізований) – можливість реєстрації в Інтернет-порталі на сайті Інтернет-аукціону обумовлюється правовим статусом Інтернет -користувача.

VII. ***За напрямком руху ціни:***

А) висхідний (англійський) Інтернет-аукціон;

Б) низхідний (голландський) Інтернет-аукціон;

VІII. ***За метою Інтернет-аукціону:***

А) благодійний – здійснюється під патронатом благодійних організацій на виконання їх статутної мети.

Б) комерційний – продаж товарів, робіт, послуг з метою отримати прибуток.

В) державний – продаж товарів, робіт, послуг здійснюється в інтересах держави на підставі розпорядчих актів. (напр., ч. 2 ст. 127 ЗК України від 25.10.2001 р.)

Г) компенсаційний – примусовий продаж майна боржників для задоволення інтересів кредиторів.

IX. ***За кількістю лотів:***

А) Інтернет-аукціон однолотовий (класичний) – боротьба учасників ведеться за один індивідуально- визначений лот.

Б) мульти-лот Інтернет-аукціон – продавець виставляє одночасно серію лотів, що можуть бути як ідентичні предмети (проте індивідуально-визначені), або предмети, що є різними за родовими ознаками.

Переможці визначаються шляхом сортування всіх ставок від найвищого до найнижчого. Тоді переможці платять найменшу суму, яку вони пропонують за резерв.

Також розрізняють:

1) китайський Інтернет-аукціон, який зазвичай проводиться на благодійних акціях. Учасники торгів купують квитки, а шанси на перемогу пропорційні кількості придбаних квитків.

2) Інтернет-аукціон Vickery (або другої ціни) – прямий Інтернет-аукціон закритих пропозицій, де переможець сплачує не свою найвищу ставку, а другу найвищу цінову пропозицію. Таку систему торгів використовує eBay.

3) Аукціон янкі (дискримінаційний) – продавець виставляє декілька лотів, а покупці надсилають цінові пропозиції, які є таємними. Таким чином, однаковий товар продається за різними цінами.

Класифікація надає можливість оцінити раціональність та особливості використання того чи іншого виду Інтернет-аукціону в залежності від предмету аукціону (кількісних та якісних характеристик), його правового режиму, вимог до суб’єктного складу (статусу учасників), метою організації та алгоритмом проведення. Одержані результати слугують подальшому науковому пошуку.

***5. Електронна пошта.*** Поштові служби і телекомунікаційні компанії поступаються своєю частиною ринків електронним комунікаціям, особливо – електронній пошті.

Електронна пошта суміщає переваги телефону і листа. Інтернет надає можливість миттєвого контакту у письмовій формі. Завдяки можливостям електронної пошти компанії забезпечують процеси менеджменту між підрозділами й окремими працівниками.

***6. Електронні бюро***. За останні декілька років різко змінився стиль проведення науково- дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Iнтернет змінив швидкість розробки, суміщуючи їх з можливостями Iнтернет-технологій. Завдяки Інтернет можна удосконалювати технічні розробки, пропонуючи взяти в них участь фахівцям з різних країн світу, незалежно від місцезнаходження.

Відмінно зарекомендували себе відкриті інженерні розробки і програмні засоби (проекти і програми, не пов'язані обмеженнями на подальшу модифікацію і розповсюдження зі збереженням інформації про первинне авторство і внесені зміни). Будь-який користувач може взяти участь у роботі над ними і додати щось від себе.

***Електронні моли.*** Новою перспективною формою Internet-торгівлі є модель електронного молу (електронний торговельний центр, Web-сайт, який містить значну кількість електронних крамниць та каталогів, об'єднаних загальним місцем розташування (в деяких випадках - під однією відомою маркою), що спільно виконують додаткові функції).

***7. Електронні страхові послуги.*** Об'єктами купівлі-продажу на страховому ринку виступають достатньо специфічні товари – страхові послуги. Основні споживачі ринку – юридичні і фізичні особи. Саме для них фінансові компанії розробляють страхові продукти, визначають програму страхування, формують попит і пропозицію на свої послуги. У процесі здійснення страхування формується страховий поліс та підписується відповідний договір між клієнтом і страховою компанією.

*Інтернет-страхування* – це вид взаємодії між страховою компанією і клієнтом, коли до мережі Інтернет виносяться бізнес-процеси, які виникають у ході маркетингу страхових продуктів, продажу їх клієнтам, і при виконанні сторонами взаємних зобов'язань згідно з укладеною угодою.

Враховуючи процеси глобалізації світового ринку страхування, характерними для розвитку ринку послуг в Україні стануть такі основні тенденції: інтеграція і рух страхових компаній в інші сфери фінансових послуг, розширення набору страхових продуктів, збільшення кількості іноземних страховиків, задіяних у загальних проектах, цей сегмент ринку ще тільки зароджується і суттєво відстає навіть від страхового ринку Європи (<http://www.aska.com.ua/>)

Інтернет-страхування має як переваги, так і недоліки, порівняно з традиційним страховим обслуговуванням (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Переваги електронного страхування**

|  |  |
| --- | --- |
| Для страхової компанії | Для страхувальника |
| Економія поточних витрат за рахунок:  - витрати на утримання віртуального офісу значно менші, ніж традиційного офісу страхової компанії;  - транзакцій на витрати по операціях в режимі он-лайн набагато менші тих витрат, які необхідні для обслуговування клієнта в звичайному офісі | Збільшення можливостей вибору і розширення асортименту пропонованих страхових продуктів |
| Розширення географічних меж реалізації страхових продуктів та їх диверсифікація | Економія часу і спрощення відбору необхідних страхових продуктів за рахунок швидкого отримання повної інформації |
| Доступність використання ефективніших, електронних маркетингових технологій відносно страхових продуктів | Досягнення більш обґрунтованого відбору відносно прийнятного страхового продукту за рахунок необмеженого доступу до повної інформації. Проведення оперативного порівняння різних пропозицій, отримання довідок і консультацій в Інтернет |
| Відсутність годинних обмежень і можливість обслуговування клієнтів цілодобово | Зручний режим проведення операцій та здійснення платежів (можливість укладати угоди, здійснювати плату та купляти дистанційно страхові продукти). Привабливість цін на страхові продукти. Наявність інтерактивного спілкування зі страховою компанією |

До недоліків електронного страхування можна віднести ще невелике коло потенційних споживачів (через незабезпеченість населення комп'ютерною технікою, комунікаційними засобами і недостатньою інформаційною культурою) в країнах з низьким рівнем доступу до Інтернет.

***8.*** ***Дистанційне навчання***. Знання стають найважливішим фактором доходу, і нові предмети можна освоїти вже не у навчальних закладах, а на сайтах Інтернет.

<http://el.puet.edu.ua/article/golovniy-centr-distanciynogo-navchannya>

Електронне навчання, яке іноді називають навчанням на основі Iнтернет, пропонує принципово новий підхід до підготовки фахівців. Дистанційне навчання від традиційних форм відрізняють такі риси:

*Гнучкість*. Можливість вчитися у зручний для слухача час, в зручному місці і темпі. Нерегламентований відрізок часу для освоєння дисципліни.

*Модульніст*ь. Можливість формувати з набору незалежних освітніх курсів – модулів – навчальний план, який відповідатиме індивідуальним або груповим потребам.

*Паралельність*. Паралельне з професійною діяльністю навчання, або без відриву від виробництва.

*Охоплення*. Одночасне звернення до багатьох джерел навчальної інформації (електронних бібліотек, банків даних, баз знань, і тому подібне) значної кількості учнів. Спілкування за допомогою мережі зв'язку одного з іншим з викладачем.

*Економічність*. Ефективне застосування навчальних площ, технічних засобів, транспортних засобів, концентроване й уніфіковане надання навчальної інформації та доступ до неї. Дистанційна освіта значно знижує витрати на підготовку фахівців.

*Технологічність*. Використання у навчальному процесі новітніх досягнень інформаційних й телекомунікаційних технологій, які сприятимуть просуванню людини до світового інформаційного простору.

*Соціальне рівноправ'я*. Рівні можливості здобування освіти незалежно від місцепроживання, стану здоров'я і матеріальних можливостей слухача.

*Нова роль викладача*. Дистанційна освіта піднімає на новий рівень роль викладача, який повинен координувати пізнавальний процес, постійно удосконалювати курси, які він викладає, підвищувати творчу активність і кваліфікацію згідно з нововведеннями. Позитивний вплив дистанційна освіта здійснює і на самого слухача, підвищуючи його творчий та інтелектуальний потенціал за рахунок самоорганізації, уміння взаємодіяти з комп'ютерною технікою і самостійно ухвалювати відповідальні рішення. Електронні форми обміну інформацією стали на сьогодні могутнім економічним явищем і продовжують динамічно розвиватися. Під впливом ІТ відбувається зміна поведінки економічних суб'єктів, яка набуває глобальних масштабів.

***Контрольні питання***

1. Які основні види електронного бізнесу?

2. Які види електронного бізнесу найбільш поширені в Україні?

3. У чому сутність електронного трейдінгу?

4. У чому сутність електронного банкингу?

5. Чому в Україні на сьогоднішній день електронне страхування не набуло значного розповсюдження і застосування?

6. Що називають дистанційним навчанням?

7. Чим дистанційне навчання відрізняється від традиційних форм навчання?

8. Які послуги може надавати система Інтернет-банкингу?