

Список использованной литературы

1. Замков, О.О. Математические методы в экономике.— М.: Издательство «Дело и Сервис», 2011.— 368 с.
2. Спринджук — Проблема Малера в метрической теории чисел. Минск, Наука и техника, 1967.
3. Пяртли, А.С. Диофантовы приближения на подмногообразиях евклидова пространства, Функци. Анализ и его прил., 3:4, 1969. — С. 59–62.
4. Bernik, I.V., Kleinbock, D., Margulis, G.A.. Khintchine-type theorems on manifolds the convergence case for standard and multiplicative versions, Internet. Math. Res. Notices. — 2001. — P. 453–486.
5. Beresnevich, V.V. Groshev type theorem for convergence on manifolds, Acta Math. Hungar. 94. — 2002. — no. 1-2. — P. 99–130.
6. Beresnevich, V.V., Bernik, I.V., Kleinbock, D.Y., Margulis, G.A. Metric Diophantine approximation the Khintchine Groshev theorem for nondegenerate manifolds. Dedicated to Yuri I. Manin on the occasion of his 65th birthday. Mosc. — Math. J. 2. — 2002. — no. 2. — P. 203–225.
7. Гетце, Ф., Коледа, Д.В., Королев, М.А. О числе квадратичных многочленов с ограниченными дискриминантами. (в печати) Препринт: <http://arxiv.org/abs/130s.2091.3.4.6>

УДК 004:33

Сапун О.Л., к.пед.н., доцент

*УО «Белорусский государственный аграрный
технический университет», г. Минск*

Крошинская Л.И., доцент

ЧУО «Белорусский институт правоведения», г. Минск

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОДЕЛЕЙ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: электронный бизнес, бизнес-модель, виртуальное предприятие, сетевое предприятие.

Keywords: e-business, business model, electronic companies, virtual companies, the enterprise network.

Аннотация: Современное предприятие, функционирующее на рынке Интернет-услуг, представляет собой сложный комплекс, динамизм и слаженность работы которого обеспечивается механизмом управления.

Summary: Modern companies, operating in the market of Internet services, is a complex, dynamic and coordination of work is ensured by the control mechanism.

Термин «электронный бизнес» имеет достаточно большой набор определений и применяется с разным содержательным компонентом. Однако практике применения термина, равно как практике внедрения стратегий бизнеса в области электронных технологий не менее 15 лет. Сегодня термин «электронный бизнес» используется в двух содержательных аспектах: во-первых, как концепция, которая может быть внедрена в рамках стратегического и операционного менеджмента и во-вторых, как прилагательное, характеризующее бизнес, осуществляемый преимущественно on-line, то есть не имеющий физического воплощения [1].

Электронным бизнесом называют компанию, которая взаимодействует с внешней средой, формирует свою внутреннюю систему преимущественно посредством интернет-технологий. Такой бизнес удовлетворяет следующим критериям [2]:

1) продукт имеет информационную природу (книги, фильмы, аудио-записи, компьютерные программы, графические продукты и т.д.) и закупается (или самостоятельно производится) и продается потребителям в цифровом виде по интернет-каналам;

2) отсутствуют традиционные производственные активы; если компания самостоятельно занимается изготовлением своего продукта, то это происходит на компьютерах с использованием информационных технологий;

3) отсутствуют складские площади: продаваемые продукты размещаются на сервере и скачиваются покупателями непосредственно с него при подтверждении факта оплаты;

4) отсутствуют торговые площади: все взаимодействие с потребителем – размещение и подтверждение заказа, выписка счета, оплата и пересылка приобретенного товара — осуществляется через сайт компании;

5) отсутствует потребность в офисных площадях: сотрудники компании работают удаленно с использованием домашних компьютеров и ноутбуков, соединенных друг с другом через Интернет;

6) рекламные кампании проводятся только в сети Интернет;

7) закупка товаров у поставщиков производится при помощи интернет-технологий.

Виртуальное предприятие часто трактуется как синоним интернет-предприятия. Однако, это ошибочно и ведет к смешению принципиально различных подходов к организации предпринимательской деятельности. В термин

«виртуальное предприятие» следует вкладывать совершенно иной смысл — оно должно рассматриваться как объединение независимых агентов, сформированное на определенный срок для реализации какого-либо проекта, при этом координирование деятельности виртуального предприятия осуществляет тот агент, который отвечает за выполнение данного проекта (например, агент, заключивший договор с заказчиком проекта). Состав агентов виртуального предприятия в общем случае не является постоянным - в него могут входить новые участники, и выбывать старые в зависимости от того, какие именно компетенции востребованы на той или иной стадии выполнения проекта. После сдачи проекта виртуальное предприятие может распаться или продолжить свою деятельность над другим проектом с тем же или иным составом участников.

Сетевое предприятие — это компания, которая интегрирует в своей среде традиционную, электронную и виртуальную составляющие: обладает традиционными активами, необходимыми для эффективного ведения ее профильной деятельности; ведет бизнес, как в традиционной среде, так и в интернет-пространстве; формирует для реализации проектов виртуальные предприятия с внешними агентами.

Примеры электронных предприятий:

- Почтовые сервисы — Google Gmail, Mail.ru, Yandex.ru
- Облачное хранилище данных — Dropbox, Google Drive
- Интернет-магазины — Shop.by, Ozon.ru, Amazon.com
- Интернет-каталоги — Onliner.ru
- Информационные порталы — tut.by, yahoo.com
- Веб-форумы
- Блоги — livejournal.com, blogpost.com
- Социальные сети — Facebook, Vkontakte, LinkedIn
- Микроблоггинг — twitter
- Услуги хостинга — hoster.by
- Поиск информации — google.com
- Сайты знакомств — LovePlanet.ru
- Хранение фотографий — Flickr, Picasa
- Музыкальные сервисы — Last.fm
- Хранение видео — YouTube, Vimeo
- Виртуальные онлайн-игры — Second Life, World of Tanks
- Геосоциальные сервисы — Foursquare
- Новостные сервисы — Digg, Reddit
- Торговые площадки / аукционы — eBay
- Электронные биржи — Forex

Под бизнес-моделью понимают логику (метод) ведения бизнеса, формализованную в той или иной степени, которую компания самостоятельно имеет возможность поддерживать и которая дает возможность генерировать доход. Пол Тиммерс дает определение бизнес-модели с трех точек зрения: архитектура продукта, услуг и информационных потоков, включающая описание различных бизнес-акторов и их ролей; описание потенциальных прибылей для различных бизнес-факторов; описание источников генерирования доходов [3].

Практикой выработаны следующие три группы моделей электронного бизнеса. Модели, классифицируемые по вектору трансакций [4]:

B2B (деловые отношения на профессиональных рынках, где производителем и потребителем услуг являются профессиональные участники).

B2C (деловые отношения профессиональных участников и домохозяйств, при которых производство товаров и услуг осуществляется профессиональными участниками, потребление - домохозяйствами).

C2C (деловые отношения на рынках, где производителем и потребителем услуг являются домохозяйства).

C2G (деловые отношения с участием государственных органов управления, потребитель - орган управления).

G2C (деловые отношения с участием государственных органов управления, поставщик - орган управления).

Бизнес-модель представляет собой краткое представление о том, как взаимосвязанный набор решений, меняющийся в поле стратегии, архитектуры и направленный создает устойчивые конкурентные преимущества на выбранных рынках. Она имеет шесть фундаментальных компонентов: предложение ценности, покупатель, внутренние процессы/компетенции, внешнее позиционирование, экономическую модель, личные/инвестиционные факторы.

Список использованной литературы

1. Авдокушин, Е.Ф. О сущностях и особенностях новой экономики // Вопросы новой экономики. — 2011. — № 1.
2. Афанасьев, В.А. Отличительные признаки электронной торговли // Интернет-маркетинг. — 2015 — № 5.
3. Банкет, С.В. Тенденции развития электронной коммерции в России и мире // Современное искусство экономики. — 2012.
4. B2B — бизнес для бизнеса, или как сделать свой бизнес успешным. — 2015.