UNIVERSITATEA TITU MAIORESCU
FACULTATEA DE INFORMATICA

COMERT ELECTRONIC
(E-COMMERCE)

MECANISME specifice comertului electronic

MODELE ale comertului electronic

Lect. Univ. dr. CLAUDIA DINUCA
claudia.dinuca@prof.utm.ro
2024

CURS
MECANISME SI MODELE ALE COMERTULUI ELECTRONIC

- **Mecanisme specifice comertului electronic**

- **Modele ale comertului electronic**

MECANISME SPECIFICE E-COMMERCE

- Un **mecanism de comert electronic** poate fi definit ca **structura** si **actiunile** in functie de care o organizatie sau o persoana se manifesta in zona sa de piata

MECANISME DE CE (PURE)

- business-to-business (B2B sau BTB) care include toate interactiunile dintre entitatile economice (firme, societati, organizatii), incluzand furnizori si parteneri comerciali

- business-to-consumer (B2C sau BTC) care include toate interactiunile dintre entitati economice (firme, societati, organizatii) si cumparatori (persoane) de produse si servicii

- consumer-to-consumer (C2C sau CTC) care include interactiunile dintre cumparatori (persoane)

B2B (BTB)

- **B2B** cuprinde tranzactiile ce se efectueaza intre doi sau mai multi parteneri de afaceri. Se imparte in 2 subclase:
  - **Tipul B2Bi** este cazul in care exista un contract de parteneriat intre firme, un exemplu in acest sens fiind o aplicatie pentru un lant de desfacere;
  - **Tipul B2M2B** este cazul unui e-MarketPlace care se interpune intre cele doua afaceri, deci existenta unei piete electronice in care interactioneaza mai multi cumparatori si mai multi furnizori.
- Exemplu: ***Microsoft vinde produsele catre distribuitori zonali (geografic de ex. Europa -> Romania) si catre distribuitori (clasificati platinium, gold sau silver)***

B2C (BTC)

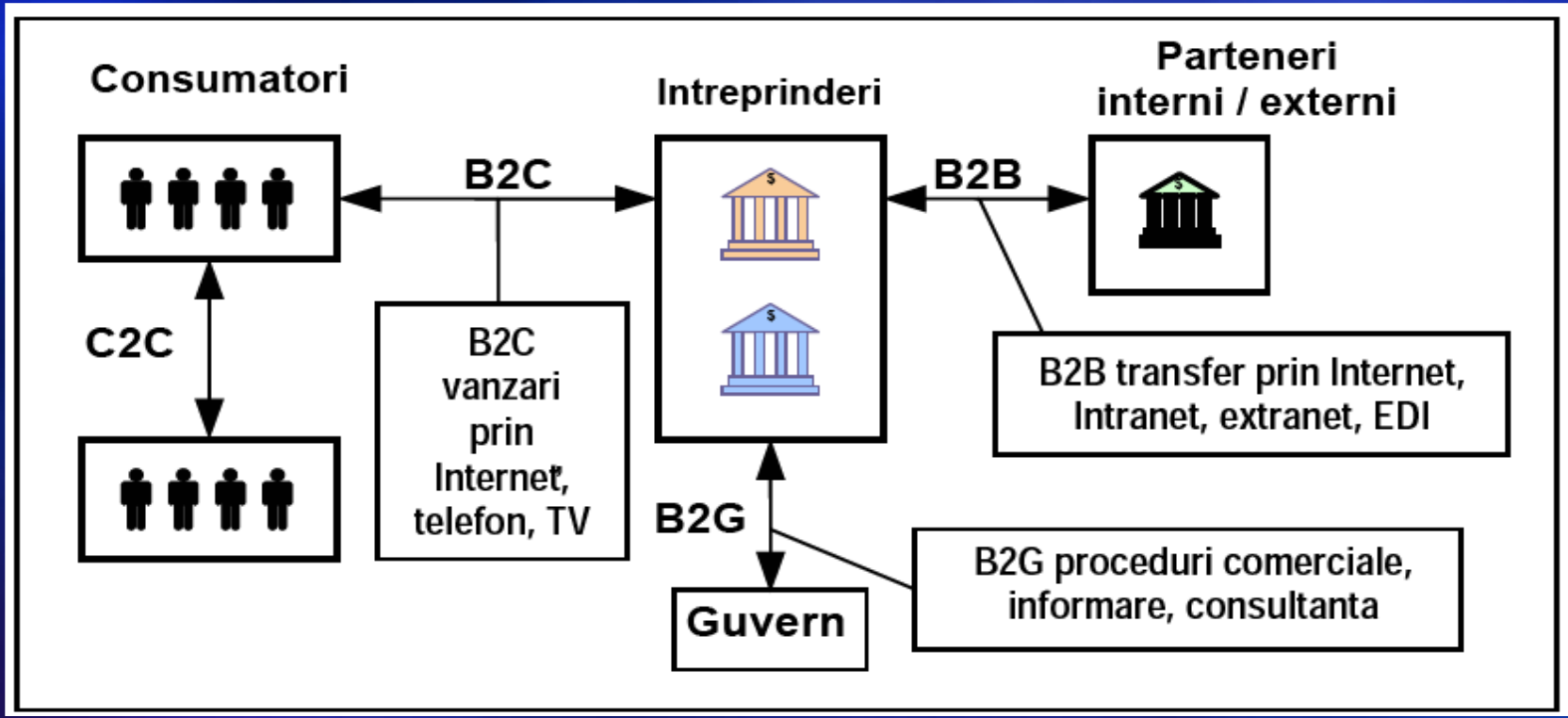
- **B2C** se refera la relatiile dintre comerciant si consumatorul final, fiind considerat **comert electronic cu amanuntul**. Acesta se imparte in:
  - **User-to-Business (U2B):** este cazul general in care un utilizator (intern sau extern) interactioneaza asupra datelor si tranzactiilor unei firme. In caz particular se poate aplica la o firma care ofera servicii sau bunuri care nu pot fi prezentate si vandute prin catalog.
  - **User-to-Online Buying (U2OB):** este folosit pentru a descrie un caz special (un subset al modelului User-to-Business) in care bunuri sunt vandute printr-un catalog folosind un card de credit/debit, un portofel etc.

C2C (CTC)

- **C2C** cazul colaborarii diferitilor utilizatori prin intermediul documentelor partajate, prin intermediul e-mail sau **anunturi de mica publicitate electronica** etc.

- www.olx.ro

MODELE DE AFACERI IN E-ECONOMIA GLOBALA



ACTORI SI MECANISME ALE COMERTULUI ELECTRONIC

	Guvern (G)	Intreprinderi (B)	Consumatori (C)
Guvern (G)	G2G coordonare	G2B informare	G2C informare
Intreprinderi (B)	B2G administratie, achizitii	B2B comert electronic	B2C comert electronic
Consumatori (C)	C2G achitare taxe on-line	C2B comparatie preturi	C2C comert electronic

Modele de e-business

- În momentul în care se pune problema dezvoltării online a afacerii, trebuie decis care model de e-business se potriveşte cel mai bine pentru atingerea scopurilor.
- Un model e-business se defineşte drept modul de organizare a produselor, serviciilor, curgerea informaţiilor, şi sursa de venituri şi beneficii pentru furnizori şi clienţi.

MODELE DE COMERT ELECTRONIC

- **Construirea si implementarea de modele de comert on-line depinde foarte mult de nivelul dezvoltarii tehnologiei informatice**
- **Modelul Paul Timmers**
- **Modelul Michael Rappa**
- **Modelul David Kosiur**

Modelul Paul Timmers

Electronic Commerce – Strategies and Models for Business-to-business Trading, 11 modele de comert on-line

1. Magazine virtuale *(e-shop)* -> Reprezinta marketingul si vanzarea de bunuri si serviciu cu ajutorul Internetul de catre o companie.

- Beneficiile obtinute de companie sunt: cerere crescuta a produsului, un mod ieftin de impunere pe piata globala si o reducere a costurilor din cauza eliminarii intermediarilor.
- Beneficiile pentru consumatori sunt preturi mai mici, gama mai mare de alegere, informare mai buna, disponibilitate nonstop.
- www.travelocity.com, www.vola.ro, www.emag.ro

Modelul Paul Timmers

Electronic Commerce – Strategies and Models for Business-to-business Trading

2. Aprovizionare electronica *(e-procurement)*

- Aceasta reprezinta ofertarea si procurarea electronica de bunuri si servicii. Mari companii sau autoritati publice implementeaza diverse forme de E-procurement pe Internet. Beneficiile urmarite a fi obtinute de catre acestea sunt: o mai mare gama de ofertanti cea ce se asteapta sa duca la costuri mai mici, calitate mai buna si timpi mai mici de livrare.
- Contactul, negocierea electronica si posibilitatea muncii in echipa dintre ofertant si cumparator contribuie in continuare la scaderea costurilor si la cresterea avantajelor acestei solutii.
- https://www.charisma.ro

Modelul Paul Timmers

Electronic Commerce – Strategies and Models for Business-to-business Trading

3. Licitatie electronica *(e-auction)*

- www.seap.com, www.okazii.ro

4. Supermagazin virtual *(e-mall)*

- www.amazon.com

Modelul Paul Timmers

5. Concesionarea afacerii *(Third Party Marketplace)*

6. Comunitati virtuale *(Virtual Communities)*

- www.amazon.com

7. Servicii de aprovizionare *(Value Chain Service Provider)*

- www.ups.com

8. Servicii de integrare *(Value Chain Integrators)*

- www.sap.com

Modelul Paul Timmers

9. Platforme de colaborare *(Collaboration Platforms)*

- www.google.com

10. Brokeraj informational si alte servicii

- www.amazon.com

11. Servicii de incredere *(Trust Services)*

- www.verisign.com, www.transsped.ro

Modelul Michael Rappa

- **1. Modele pe baza de brokeraj *(Brokerage Model)***

Categorie	Descriere	Exemple
Facilitarea operatiilor de vanzare/cumparare (Buy/Sell Fulfillment)	Acestea includ brokeraj financiar on-line. Clientul depune o oferta de vanzare/cumparare impreuna cu optiunile legate de aceasta (pret, cantitate, locul livrarii, etc) urmand ca firma de brokeraj sa ii gaseasca un raspuns la oferta sa. Brokerul aplica cumparatorului si vanzatorului o taxa.	Etrade CarsDirect Travel Agents
Schimburi pe piata a unui anumit produs (Market Exchange)	Ofera o gama variata de servicii ce acompaniaza procesul de tranzactie al produsului de la cercetarea pietei si pana la negocierea tranzactiilor ce au ca scop produsul respectiv. Metodele de stabilire a pretului includ ofertare/cumpararea, ofertare/negociere/cumparare si ofertare/licitare. Brokerul aplica o taxa vanzatorului dar poate percepe si o taxa de inscriere.	MetalSite World Chemical Exchange
Colector de cerere (Buyer Aggregator)	Este procesul prin care sunt adunati cu ajutorul Internetului un grup de cumparatori individuali care sa actioneze ca un singur cumparator dar care cumpara o cantitate mare de produs, astfel beneficiind de reduceri	Accompany, Mercata

Modelul Michael Rappa

- **2. Modele pe baza de publicitate - Advertising Model**

Categorie	Descriere	Exemple
Portal generalizat (Generalized Portal)	Contine o cantitate mare informatii si de servicii oferite. Volumul mare de utilizatori face ca publicitatea sa fie o sursa mare de venit.	Excite, Yahoo! AltaVisa, AOL
Portal personalizat (Personalized Portal)	Acest tip de portal permite utilizatorului sa modifice continutul informational si serviciile pe care sa le aiba la dispozitie. Site-ul se bazeaza pe loialitatea utilizatorului, precum si pe monitorizarea preferintelor acestuia cea ce permite folosirea unor mijloace de publicitare adaptate la nevoile utilizatorului.	My.Yahoo! My.Netscape YouTube
Portal specializat (Specialized Portal)	Reprezinta un site specializat pe un anumit domeniu de interes oferind informatii si servicii legate exclusiv de acel domeniu. Astfel, toti utilizatorii acestui site sunt un public tinta pentru publicitatea din domeniul respectiv.	Golf.com
Attention / (Incentive Marketing)	Plateste vizitatorii pentru a urmari anumite reclame si a complecta formulare si sondaje de opinie.	CyberGold, Netcentives, MyPoints
Servicii gratuite (Free Model)	Ofera utilizatorilor servicii gratuite: e-mail gratuit, gazduire Web gratuita etc. Publicitatea fiind o parte integranta a acestor servicii.	BlueMountain, FreeMerchant
Ofertant de discconturi (Bargain Discounter)	Vinde bunuri si servici sub/sau la pretul de productie pentru a obtine un profit din publicitate.	Buy.com

Modelul Michael Rappa

3. Modele bazate pe intermedierea informatiei *(Infomediary Model)*

Informatiile oferite de consumatori, precum si obiceiurile lor de cumparare sunt importante, mai ales cand aceasta informative se foloseste in scopuri publicitare. Firmele care opereaza dupa acest model lucreaza pentru colectarea informatiilor, care apoi este vanduta catre terti.

O astfel de firma ofera utilizatorilor diferite produse si servicii in schimbul posibilitatii de a urmarii obiceiurile lor de navigare si cumparare a produselor.

Exemple din acesta categorie se prezinta in tabelul urmator :

Modelul Michael Rappa

3. Modele bazate pe intermedierea informatiei *(Infomediary Model)*

Categorie	Descriere	Exemple
Sistemul recomandarilor (Recommender System)	Acest tip de site Web permite utilizatorilor sa schimbe informatii unii cu ceilalti despre calitatea si pretul produselor.	Deja.com ePinions
Modelul conturilor de utilizator (Registration Model)	Acestea sunt site-uri cu diferit continut informational care poate sa fie ori general, ori specializat. Acest continut este pus gratuit la dispozitia utilizatorului. Dar pentru a avea acces la el utilizatorul trebuie sa treaca printr-un proces de inregistrare in cadrul caruia acesta trebuie sa raspunda anumitor intrebari si sondaje. Datele astfel obtinute vor fi folosite de catre site-ul in cauza pentru campanii publicitare tintite. De asemenea, baza de date cu utilizatorii poate fi vanduta unor terti.	NYTimes.com

Modelul Michael Rappa

4. Modele pe baza de vanzare on-line *(Merchant Model)*

Categorie	Descriere	Exemple
Vanzatorii virtuali (Virtual Merchant)	Reprezinta o afacere care opereaza numai in cadru Internetului, oferind cumparatorului o gama larga de bunuri si servicii.	Facetime eToys Amazon
Site-uri ale magazinelor traditionale (Click and Mortar)	Reprezinta site-uri apartinand afacerilor traditionale care au decis sa ofere prezenta pe Web. Aceste site-uri pot contine fie numai o prezentare a ofertei de produse, fie ofera o solutie complecta de vanzare on-line.	Gap B&N
Vanzatorul de produse informationale (Bit Vendor)	Reprezinta un comerciant care se ocupa numai cu produse si servicii informationale (software, consultanta in anumit domeniu) care isi desfasoara vanzarea si distributia numai cu ajutorul Internetului.	BitbyBit.net
Vanzari pe baza de catalog (Catalog Merchant)	Reprezinta migratia vanzarilor traditionale bazate pe catalog de produse catre mediul on-line.	Chef's Catalog

Modelul Michael Rappa

- **5. Modele ale producatorilor *(Manufacture Model) – model direct, se bazeaza pe capacitatea internetului de a permite producatorului (o companie care a dezvoltat un anumit produs sau serviciu) sa intre direct in contact cu cumparatorii si astfel sa scurteze canalul de distributie.***
- ***Avantajele acestui model sunt o mai buna eficienta, un serviciu de desfacere imbunatatit si o mai buna intelegere a preferintelor consumatorilor.***
- ***Ex :***
- ***Dell.com, Apple.com, hp.com***

Modelul Michael Rappa

- *6. Modele ale comunitatilor virtuale (Community Model*

Viabilitatea acestui tip de model se bazeaza pe loialitatea utilizatorilor. Utilizatorii investesc timp si loialitate.

Veniturile se bazeaza pe vanzarea de produse si servicii auxiliare, publicitate sau contributii voluntare.

Categorie	Descriere	Exemple
Comunitati de afaceri (Business Trading Community)	Site-uri care actioneaza ca o sursa esentiala si cuprinzatoare de informatii despre piata unui anumit produs.	VerticalNet Buzzsaw.com
Retele informationale (Knowledge Networks)	Acestea ofera surse de informatie bazate pe un anumit domeniu profesional cunoscute si sub denumirea de site-uri profesionale (expert sites)	Deja Gure Exp KnowPost

Modelul Michael Rappa

- ***7. Modele pe baza de abonament (Subscription Model)***

- Utilizatorii sunt taxati periodic (zilnic, lunar, annual) pentru folosirea unui serviciu.

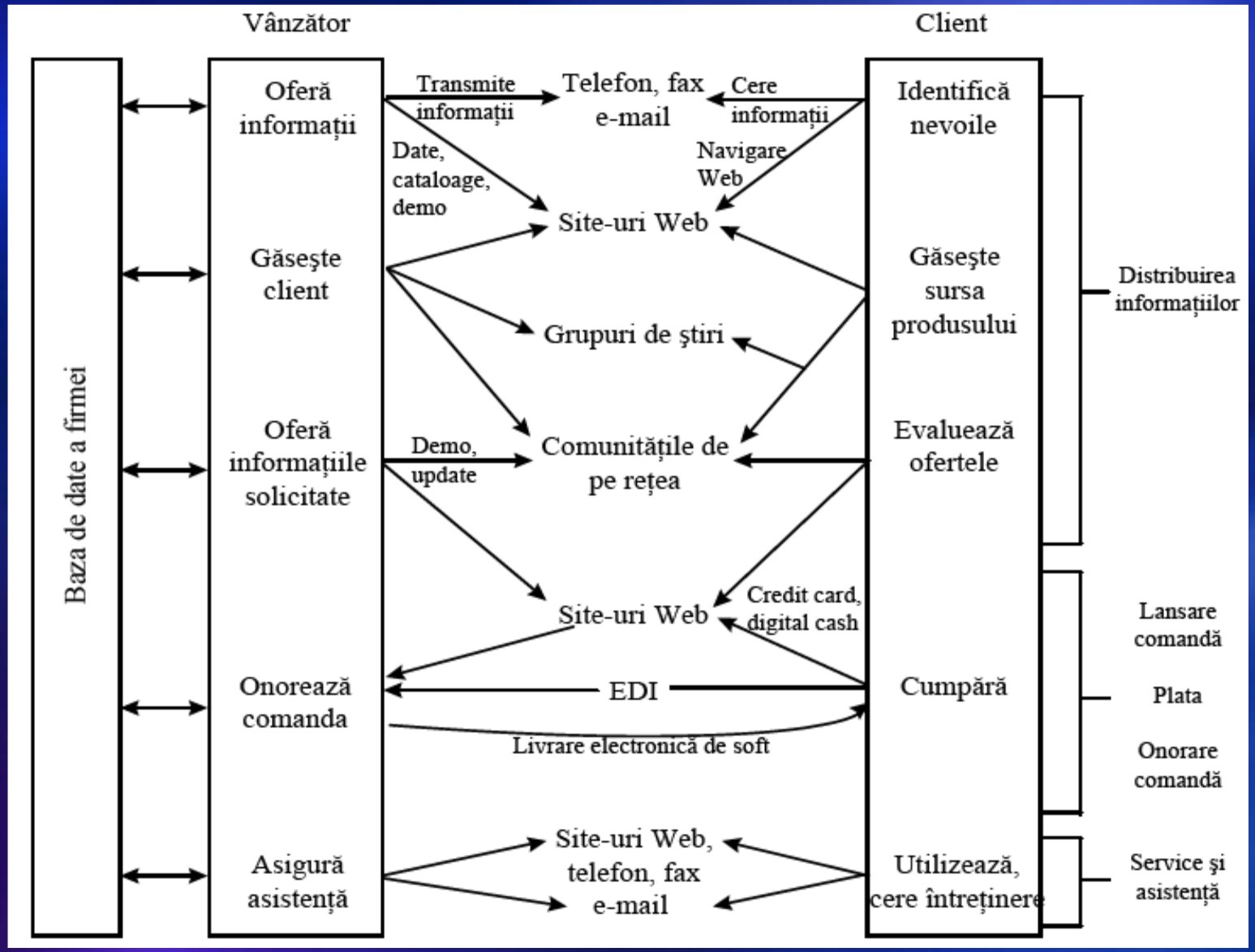
- De obicei continutul acestor site-uri este mai valoros din punct de vedere informational decat continutul site-urilor similare dar cu acces gratuit.

Modelul David Kosiur

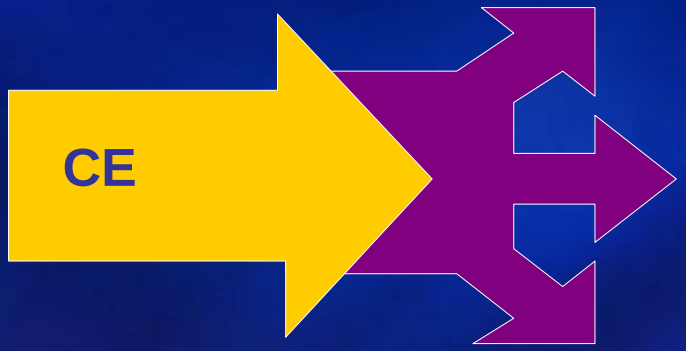
Cercetatorul considera ca sunt 5 procese de baza in cadrul comertului electronic

- 1. Distribuirea informatiilor
- 2. Lansarea comenzilor
- 3. Efectuarea platilor
- 4. Onorarea comenzilor
- 5. Service-ul si asistenta

Modelul David Kosiur



CURS



- INTREBĂRI ALE STUDENTILOR
- INTREBĂRI ALE PROFESORULUI
- EXERCITII

Exercitii laborator

- Dati exemple de B2C, B2B, C2C, C2G
- Care sunt avantajele oferite de o platforma B2C e-commerce
- Prezentati modul de realizare a unui site B2C (structura si continut)

Modelul Paul Timmers – prezentati exemple
Michael Rappa
David Kosiur