

Е-ТЪРГОВИЯ (продължение)

Основни сили, захранващи е-търговията

Те са три основни типа:

- Икономически сили
- Маркетингови
- Технологични

Компоненти на веригата на е-търговията

Основни действащи лица и
кореспондиращи на тях предпоставки:

- *Продавачи*
- *Партньори в сделката*
- *Потребители* (business-to-consumer transaction)
- *Фирми* (business-to-business transaction)
- *Правителството*
- *Интернет*

Продавачи

За да бъдеш продавач в е-търговия, трябва да притежаваш следните характеристики:

- Корпоративен Webсайт със секция за е-търговия, надеждно защитена
- Корпоративен интернет, така че поръчките да бъдат обработвани много експедитивно
- Образовани IT-служители, които да управляват е-търговския сайт

Партньори по сделката

- Банкови институции
- Национални и международни превозвачи, за да се осъществява движение на физически стоки във и извън страната.
- Сигурност на транзакциите – гарантирана от оторизиращи органи. Те са държавата или др. организации като надеждна трета страна, да гарантират целостта и сигурността на транзакциите.

Потребители

При business-to-consumer транзакциите

- Достатъчна критична маса от населението с достъп до интернет и разполагам доход;
- Притежаващи мислене за закупуване на стоки виртуално през Интернет.
- Също така се промени и концепцията за потребителите относно това кое увеличава стойността на стоката - осезаемото в нея или придобивките, основани на знание.

Фирми

При business-to-business транзакции

- Заедно всички фирми образуват критична маса от компании (особено в рамките на веригите за доставки) с достъп до интернет и възможност да правят, приемат и изпълняват поръчки по интернет.
- За да се развива успешно този модел на бизнеса, е необходимо наличие на минимална група от такива компании.

Правителство

То трябва да осигурява:

- Правна рамка, уреждаща електронните транзакции (включително електронни документи, подписи и други подобни);
- Правни институции, които ще наложат на правната рамка (т.е., закони и наредби) и защита на потребителите и бизнеса от измами.

Интернет

Успешното използване на интернет за е-бизнес зависи от следното:

- Здрава и надежден интернет инфраструктура;
- Ценова структура, която подтиква потребителите да закупуват стоки по интернет (а не да ги наказва със загуби на време за връщане на стока, неправилно получена стока и пр.)

Предимства за бизнеса

- Намаляване на разходите за правене на бизнес.
- Е-търговия служи като “**equalizer**”. Тя дава възможност на стартиращи и малки и средни предприятия, да достигнат до световния пазар.
- Е-търговията прави възможна “**mass customization**” . Приложенията за електронна търговия са лесни за използване и все повече потребители работят с тях.
- Електронната търговия позволява “**network production**” - това се отнася до парцелирането от процеса на производство между изпълнители, които са географски разпръснати, но са свързани помежду си чрез компютърни мрежи.

Е-търговия и потребители

- Потребителите имат по-голямо влияние върху това какво и как се прави и как се доставят стоки и услуги.
- Електронната търговия дава възможност за по-бърз и по-открит процес за връзка с клиенти, които от своя страна имат по-голям контрол върху комуникацията.
- Е-търговията прави информацията за цените на продуктите налична и достъпна. Повишава се прозрачността на цените.

Всички предпоставки трябва да са налице

- Всички изброени участници в е-търговията трябва да са налице, за да се развива успешно е-търговията.
- Най-слабо развитият фактор е пречка за увеличаването на е-търговията като цяло.
- Например – държавата може да има перфектна Интернет инфраструктура, но ако банките не поддържат и нямат подходящи услуги за интернет търговия, тя ще остане неразвита.
- Когато е-търговията е развита, тя също оказва положително влияние на участниците в нея.

Е-търговия и работно място

- Работното място е социално явление в човешката история, което се е появило в края на 18-ти век.
- То е определено място в завод, където трябвало да се свърши работата. Ресурсите – трудови и природни не са били много мобилни и заводите са били построени близо до реките и горите, които служели за суровини на производството, а от хората се е очаквало да ходят на своите работни места.
- Всяка работа е свързана с точно определено физическо място, където са машините, които трябва да бъдат управлявани от хората.
- Работното място е много противоречива идея за своето време. Критиците ѝ твърдели, че тя е нецивилизован начин за ограничение на хората, и че повечето индивиди няма да бъдат в състояние да живеят спрямо изискванията ѝ.

Е-търговията промени понятието за работно място

- Масовото производство е почти на изчезване. Вместо дълги производствени линии, на които една и съща работа трябва да бъде многократно повтаряна, производството е изключително индивидуално (по поръчка)
- Работните процеси са отворени към по-малки фирми, където те могат да бъдат извършени на най-ниска цена и най-високо качество.
- Фирмата днес се преобразува от структура, изградена на базата на работни места към работа, която е необходимо да бъде извършена. Задачите, които трябва да се свършат изискват творчество и бърза реакция на конкретни обстоятелства, променящи се за минути.
- Работното място като създание на 18-ти век, изглежда изкуствено, когато е приложено към работата, която е необходимо да бъде свършена през 21-ви век.

Виртуален пазар на труда

- Така, както продуктите могат да бъдат закупени и продадени в Интернет, така може да бъде извършен трафик на труд и услуги.
- Електронната търговия позволява да се създаде виртуален пазар на труда от потенциални работници, които могат да бъдат повикани при поискване за извършване на определена задача и след това освободени.
- Нашият свят има тенденция да се превърне в свят без работно време и офиси.
- Само работата, която трябва да бъде извършена е важна.

Показател за икономическото развитие на обществото

- През петдесетте години на миналия век, селското стопанство е давало работа на повече от половината работна сила. До 1945 година, селскостопанската работна сила намаляла, но само с няколко процента от общата, докато индустрията се развила и наела повече от половината работна сила.
- В края на 20 век, индустрията наема по-малко от 1/5 от работната сила, като останалата част се представя на информационната индустрия и услуги.
- Според много оценки, нивото на икономическа активност в сферата на информацията и услугите е **показател за икономическото развитие на обществото.**

ЗАЕТИ ЛИЦА

(хиляди)

Показатели	Номенклатура A10	Икономически дейности	2012*
Заети лица		Общо за икономиката	3 436.393
	A	Селско, горско и рибно стопанство	648.723
	B_E	Добивна промишленост; преработваща промишленост; производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива; доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	700.152
	F	Строителство	185.934
	G_I	Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети; транспорт, складиране и пощи; хотелиерство и ресторантьорство	863.017
	J	Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	75.963
	K	Финансови и застрахователни дейности	63.564
	L	Операции с недвижими имоти	27.339
	M_N	Професионални дейности и научни изследвания; административни и спомагателни дейности	229.634
	O_Q	Държавно управление; образование; хуманно здравеопазване и социална работа	544.396
	R_U	Култура, спорт и развлечения; други дейности; дейности на домакинства като работодатели; недиференцирани дейности на домакинства по производство на стоки и услуги за собствено потребление; дейности на екстериториални организации и служби	97.671

Е-търговия и интелектуална собственост

- Сфера на дейност, която съществено е променена от навлизането на електронната търговия в живота на хората, е интелектуалната собственост.
- Развитието на Интернет технологиите доведе до бързо разрастване на продажбите на софтуер, филми, музика и други продукти без да се заплаща необходимото авторско право.
- Продажбите на пиратски софтуер и филми, например, са приблизително двойно повече, в сравнение със законните продажби.
- Има значителна ценова диференциация между пиратските и легалните копия и е трудно за законните канали на разпространение да поддържат някакво конкурентно предимство.

Нови полулегални правила

- Там където правото на собственост не е изяснено, борбата с пиратските копия се води най-вече чрез допълнителна софтуерна защита на продуктите.
- Най-често легитимните канали за разпространение поддържат своите приходи, като се споразумяват с пиратите.

Защитата на марката се прехвърля в Интернет

- Употребата на Интернет за електронна търговия поражда високо-технологична индустрия включваща в себе си графични и мултимедийни елементи. Тези елементи изграждат уеб страниците, които отразяват корпоративния образ на производителя.
- Графичните и мултимедийните елементи, външния вид на сайта трудно се защитават, тъй като в момента, в който се представят в мрежата, стават достъпни за целия свят.
- Големите корпорации обикновено присъстват в мрежата със същите запазени марки, шрифтове и цветове, с които присъстват в реалната икономика. По този начин потребителите ги разпознават, а защитата на марката се прехвърля в Интернет пространството.