

Introducere în afacerile electronice

Mihaela Brut

mihaela@infoiasi.ro
<http://www.infoiasi.ro/~mihaela>

Cuprins

- Afacerile electronice
- Oportunități și pericole
- Modele de eBusiness
- B2B și B2C
- Modele de E-Business
- Categoriile de E-Business

Definiții

- **E-business** (IBM, 1997)
 - Sisteme traditionale + Web = e-business

- **E-service** (Hewlett-Packard, 1999)
 - Soluții complete pentru business:
hardware + software + consultanță

- **Comert, managementul informației, operații cu afaceri** (B.Gates, 1999)
 - Contextualizarea Web-ului,
comertul cu informațiile, “stilul de viață **Web**”

Afacerile electronice

→ **tranzacții prin rețelele electronice:**

- de la vânzarea și cumpărarea de bunuri și servicii prin intermediul Web-ului, la televiziunea interactivă și alte tehnologii conexe;
- comerț electronic, schimb de informații, bunuri și servicii între o companie și clienții sau furnizorii ei;
- folosirea Internetului pentru transferul de informații între angajați, oficii, utilizatorii de la distanță, partenerii de afaceri, clienții, furnizorii și publicul.

Afacerile electronice

- Utilizează nu doar Internetul, ci și la alte mijloace: televiziunea interactivă și telefonia mobilă (WAP).
- → automatizare procedurilor obișnuite de tranzacție folosind noile tehnologii informaționale
- Ex.: comandarea a o mie de produse pe situl unui magazin virtual

Afaceri electr. | Beneficii

- ❑ Costuri reduse de administrare;
- ❑ Tranzacții rapide;
- ❑ Ușurarea operației de inventariere;
- ❑ Abilitatea de a lansa noi afaceri păstrând vechii clienți;
- ❑ Posibilitatea de a răspunde rapid competenței;
- ❑ Costuri reduse pentru personal;

Afaceri electr. | Beneficii

- ❑ Încasări mari;
- ❑ Simplificarea comenzilor;
- ❑ Imagine îmbunătățită a firmei;
- ❑ Noi oportunități de desfacere a produselor;
- ❑ Reducerea ciclului activității comerciale;
- ❑ Activitate non – stop;
- ❑ Înlăturarea constrângerilor geografice

Oportunități și pericole

- Eliminarea constrângerilor geografice
 - crește nr. de clienți
 - particulizarea produselor, efectuarea tranzacțiilor, utilizarea semnelor lingvistice, transportul mărfii
- Eliminarea constrângerilor temporale
 - 24 de ore pe zi, șapte zile pe săptămână.
- Migrarea de la o piață (și o competiție) locală la o piață (competiție) mondială.

Oportunități și pericole

- Libertatea de a alege
 - trebuie conturat profilul clientului
 - posibilitatea de a personaliza design-ul sitului sau de a-și construi propriile configurații de produse.
- Problema drepturilor de autor
 - pentru orice conținut publicat (informații financiare, muzică, reproduceri de artă, software etc.) trebuie acordul autorilor.

Oportunități și pericole

- Colaborarea între firme distribuite
 - parteneri de afaceri permanenți sau nu.

- Costuri mici de tranzacție
 - plățile sunt procesate automat.

- ⇒ Primejdii: pierderea anonimitatii, pierderea increderii, fluxul virusilor, războiul informatiilor, posibilitatea fraudei, terorismul cibernetic

Oportunități și pericole

□ ⇒ Soluții

■ Certificate digitale

VeriSign, TrustCenter

■ Smart-cards

■ Identificare biometrică

■ Sisteme de încredere

Virtual Vault (HP), Trusted Solaris (Sun)

■ Sisteme de securizare

firewall-uri, autentificare: SET (Secure Electronic Transactions), SSL (Secure Socket Layer)

■ Educația utilizatorilor

Categorii de eBusiness

- **Business-to-consumer** (B2C):
interacțiunile dintre comercianți și
cumpărătorii de produse și servicii;

- **Business-to-business** (B2B):
interacțiunile dintre entitățile
economice
(furnizorii, parteneri de afaceri etc.);

Categorii de eBusiness

- **Business-to-government** (B2G):
o firmă oferă servicii, așteptând solicitări concrete din partea instituțiilor publice și private (firme care lucrează exclusiv pt. guvern):
 - <http://www.bidnavigator.com/>
 - <http://www.merx.com/>
 - <http://www.findlaw.com/>
- **Government-to-business** (G2B):
guvernul interacționează cu firmele (sau cetățenii) prin intermediul portalurilor guvernamentale (ex.: legislația din 2002 privind achizițiile pentru instituțiile publice prin Internet);

Categorii de eBusiness

- **Employee-to-employee (E2E):**
între salariații unei firme – ca un tip distinct de consumatori – și angajații firmelor cu care se află într-un parteneriat strategic;

- **eConsortium:**
diferite firme oferă împreună servicii altor firme sau consumatorilor (formă de realizare a comerțului electronic)

Business-to-consumer

- Toate afacerile sau organizațiile care își vând produsele sau serviciile consumatorilor de pe Internet pentru uzul lor personal
- Magazine on-line, servicii de turism, tranzacții bancare on-line, licitații on-line, informații medicale sau tranzacții imobiliare on-line

B2C | Prerogative

- '95-'99: creștere spectaculoasă a pieței de capital a unor magazine virtuale (*Amazon.com, eBay*)
 - rescriere a regulilor din afaceri: fără cheltuieli de menținere a magazinelor fizice, efectuare a inventarelor etc.
 - strategia adoptată: dezvoltare rapidă, lăsând preocuparea pentru profit pe mai târziu.
 - '99, Amazon → cifră de afaceri de 25 bilioane dolari

B2C | Impact

- multe companii de vânzări cu amănuntul (ex. *Kmart*, *Walmart*) au dezvoltat paralel afaceri electronice
- 2000-2001: moment critic pe piața firmelor electronice (330 de eșecuri într-o jumătate de an în SUA)
- B2C a prosperat și triumfat, în special prin multiple strategii de promovare a afacerilor

Business-to-business

Interacțiunile *business-to-business* acoperă întregul ciclu de viață al tranzacțiilor economice:

- achiziții, controlul stocurilor, facturării și al plăților
- căutarea potențialilor furnizori, cataloage de produse, comandarea de bunuri și servicii
- Furnizorii primesc comenzile, le urmăresc, coordonează livrarea, facturează și oferă asistență consumatorilor

B2B | Exemplu

- *Sistemul stocurilor* de la **Metro** generează o comandă, transmisă automat, în mod electronic, către **Aro** (pt. produsele sub un anumit nivel)
- *Sistemul de primire a comenzilor* de la **Aro** verifică stocul existent, generează o comandă, transmisă automat către depozit (sau direct la producție)

B2B | Exemplu

- *Sistemul de management* de la depozitul **Aro** generează “etichete” (folosite și ca intrări în sistemul de încasări de la **Aro**) pentru încărcare și livrare
- *Sistemul de încasări* generează o factură, transmisă electronic către sistemul de plăți de la **Metro**
- *Sistemul de plăți* de la **Metro** declanșează plata către contul bancar al firmei **Aro**

B2B și B2C | Diferențe

□ **Clienți diferiți**

→ clienții B2B (business-to-business) sunt alte companii, în timp ce clienții B2C sunt persoane particulare

□ **Tranzacțiile B2B** sunt mult mai complexe și necesită o securitate sporită a tranzacțiilor

B2B și B2C | Diferențe

□ **Negocierea**

B2B: Vinderea de produse/servicii către o altă companie implică negocieri asupra prețurilor, distribuției și specificațiilor pentru fiecare produs

□ **Integrarea**

B2B: companiile care vând altor firme au nevoie de un tip de integrare cu sistemele acestora, de un tip de comunicare cu acestea fără intervenție umană

Modele de eBusiness

- **E-auctions** – licitații on-line
(între firme, între firme și clienți individuali sau între persoane fizice)
eBay, Okazii.ro, Ricardo.com, Eeebid.com
- **E-banking** – tranzacții bancare online
(conturi, transferuri, cecuri, plăți, consultanță) – e-wallet
- **E-commerce** – vânzarea și comercializarea bunurilor și serviciilor prin intermediul tehnologiilor oferite de Internet
 - informații despre produse/servicii, oferte speciale, discount-uri,... – *Amazon.com, raft.ro*
 - e-money, e-payment, micro-plați
Payment Service Provider (PSP): *PayPal, BillPoint*

Modele de eBusiness

- ❑ **E-directories** – cataloage on-line
(categorii de concepte, arbori de căutare)
Yahoo!, Altavista, Dmoz; White pages, Yellow pages
- ❑ **E-engineering** – proiectare electronică,
distribuită, pe Web
- ❑ **E-gambling** – jocuri de noroc virtuale
123Gambling.com, CasinoPalace.com, Pogo.com,
Zone.com, Spookie.ro
- ❑ **E-learning** – învățăminte virtual
WBT (Web-based Training),
VUE (Virtual University Education) WebCT.com
- ❑ **E-mailing** – poșta electronică

Modele de eBusiness

- **E-operational resources management** – resurse operaționale: echipamente de calcul, produse pentru reparații/mentținere, servicii turistice etc.
- **E-shipping** – aprovizionare electronică
- **E-trading (E-brokering)** – cumpărare și vânzare on-line de acțiuni (bursa virtuală)
- **E-leasing** – leasing electronic
[Lease.ro](#), [Leasing.ro](#)

Modele de eBusiness

- **E-working** – intreprinderi virtuale
- www.ctspace.com/
 - Soluții pt. managementul documentelor și colaborare on-line
 - Facilitează comunicarea între furnizori, producători, arhitecți, muncitori etc. din domeniul construcțiilor
 - Comenzile → în format electronic
 - Acest gen de situri de intermediere a afacerilor dintr-un domeniu este în vogă

E-auction

- **Licitație** = procesul prin care se pot cumpăra sau vinde lucruri, oferind produse spre licitație, acceptând oferte și vânzând articolul respectiv celui care a oferit prețul cel mai ridicat
- În economie: licitație = metodă pentru determinarea valorii unui obiect casnic care are un preț nehotărât sau variabil
- În unele cazuri, există un preț minim sau rezervat

E-auction

- Ex.: vânzarea de colecții de timbre, monezi, mașini clasice și obiecte de artă; comerțul hipic; licitațiile forțate (vinderea unui imobil sau a unei firme la licitație, parcurgându-se procedura juridică)
- Ex.: **Ebay, Christie's, Sortheby's**
- **Ricardo.com, Okazii.ro, Eeebid.ro**
- Licitația e precedată de publicarea catalogului

Tipuri de licitații

□ **Licitația engleză (English auction)**

- participanții licitează deschis unul împotriva celuilalt;
- Finalizare: la ultima valoare oferită, sau când este atins un preț pre-determinat

□ **Licitația olandeză (Dutch auction)**

- vânzătorul solicită inițial un preț maxim, coborât până când un participant acceptă prețul vânzătorului
- convenabilă atunci când este important ca lucrurile să fie licitate repede
- Utilă și când sunt vândute produse identice simultan unui număr egal de licitanți

Tipuri de licitații

- **Licitația în plic închis** (Sealed first-price auction)
 - toți licitanții propun simultan oferte a.î. nici unul nu știe oferta celuilalt
 - Câștigă produsul cel care a oferit cel mai mult
- **Licitația Vickrey** (Sealed second-price auction)
 - aproape identică licitației în plic închis,
 - prețul plătit de câștigător nu este cel propus de el, ci cel al ofertei imediat următoare ca valoare
- **Licitația tăcută** (Silent auction)
 - Adoptată, de obicei, în evenimentele de caritate.
 - Articolele sunt afișate. Licitanții își scriu oferta lor pe o hârtie
 - Ei pot sau nu pot ști cât au oferit ceilalți licitanți

Licitații | Avantaje

- ❑ Nu există constrângeri de timp
- ❑ Nu există constrângeri geografice
- ❑ Intensitatea interacțiunilor sociale
- ❑ Număr mai mare de licitanți/vânzători
- ❑ Economii de dezvoltare a rețelei
- ❑ Licitanții în plus sunt repede eliminați

E-Shop

□ *Avantaje:*

- atragerea unui număr mare de clienți, indiferent de localizarea lor geografică;
- reducerea costurilor de promovare și vânzare;
- creșterea volumului vânzărilor

E-Shop | Probleme

- ❑ Interfata cu utilizatorul
- ❑ Urmărirea vizitatorilor, a preferințelor
- ❑ Internationalizarea
- ❑ Promovarea sitului
- ❑ Tehnologia folosită
- ❑ Procesarea plăților electronice
 - ❑ Metode de plată: carte de credit, cecuri electronice, *cash on demand*
 - ❑ Acceptarea comenzii: pagina Web, e-mail, fax, telefon, posta terestră
- ❑ Facturare/transportul produselor

E-Shop | Probleme

- ❑ Facilitati: auto-responder, chat, search
- ❑ Asigurarea sigurantei si scalabilitatii la nivelele hardware, retea, software
- ❑ Componente de replicare a datelor
- ❑ Load balancing
- ❑ Optimizarea performantei serverului Web
- ❑ Asigurarea modularitatii aplicatiei
- ❑ Monitorizarea tranzactiilor
(Web Based Enterprise Management)
- ❑ Recuperarea in caz de dezastru

E-Shop | Probleme

Administrare

- Actualizarea informatiilor in timp real
- Evitarea erorilor de tehnoredactare
- Sabloane de afisare a datelor
- Oferte de cataloage de produse/servicii
- Posibilitate de administrare online

E-Shop | Probleme

Calitatea serviciului (QoS)

- ❑ Baze de date consistente si sigure
- ❑ Interfata cu aplicatia
- ❑ Asigurarea metodelor multiple de plata
- ❑ Raportarea
- ❑ Cos de cumparaturi (shopping cart)
- ❑ Termeni si conditii de utilizare/cumparare
- ❑ Alte detalii:
taxe, moduri de livrare,...

E-Shop

□ Studiu de caz: **Amazon.com**

E-mall

- Site care are legături cu mai multe site-uri comerciale sau magazine electronice;
- Intermediar, care pune la dispoziție infrastructura pentru producători sau vânzători în schimbul unei taxe (un procent din valoarea vânzărilor).

E-mall

Caracteristici

- ❑ Jintă geografică (**The Aloha Mall** - http://aloha-or.mallsbycity.com/mall_store_shopping.htm, **The Alaskan Mall** - www.alaskamall.com/);
- ❑ Se orientează spre un tip de producător sau vânzător (**The Asian American Mall** - <http://www.asianmall.com/>);
- ❑ Poate fi alcătuit dintr-o varietate de magazine care vând produse diferite (**The Pinnacle Mall** - www.pinnaclemall.com/);
- ❑ Oferă doar infrastructura virtuală a diferitelor magazine, dar nu au propriile stocuri sau nu vând direct produsul, așa cum fac de exemplu *resellerii*

www.emall.com

eMALL Comparison Shopping

- Pentru fiecare categorie, link-uri către magazine on-line de profil ⇒
- Fiecare categorie, are un set de subcategorii, care se împart la rândul lor în alte subcategorii...

- Arts & Media
- Auto/Boat
- Books
- Business
- Computers
- Education
- Electronics
- Entertainment
- Fashion
- Financial
- Food
- Gifts
- Home/Garden
- Jewelry
- Personal Care
- Pets
- Sports
- Toys
- Travel

Most Popular

-  [Women's Clothing](#)
-  [Men's Clothing](#)
-  [Luggage](#)
-  [Sunglasses](#)
-  [Watches](#)

www.emall.com

□ Pentru categoria "Women clothing":

You found over 68,000 products in [Clothing](#) > Women

Find by Price Range

[Below \\$15](#) (12,626)

[\\$15 - \\$30](#) (21,759)

[\\$30 - \\$45](#) (12,733)

[\\$45 - \\$60](#) (6,809)

[\\$60 - \\$80](#) (4,627)

[More...](#)

Find by Apparel Type

[Shirts and Tops](#) (14,971)

[Underwear and Lingerie](#) (9,390)

[Pants](#) (6,918)

[Outerwear](#) (6,054)

[Swimwear](#) (4,501)

[More...](#)

Find by Brand

[Port & Company](#) (3,225)

[Mossimo](#) (1,958)

[Barrie Pace](#) (1,151)

[Isaac Mizrahi](#) (1,083)

[Lands' End](#) (1,066)

[More...](#)

Or find by

[Store](#)

[Shirt and Top Type](#)

[Material](#)

[Specialty Size](#)

[Bra Type](#)

[Keyword](#)

□ Alegerea unei categorii, va determina clasificarea rezultatelor conform celorlalte categorii

Featured Product



Orvis Women's Cotton Shirt34L60206

In stock

\$59.00

ORVIS

✓✓✓✓✓
10 store reviews

Buy It

[See all products from Orvis \(167\)](#)

E-procurement

Achiziționarea tradițională de mijloace fixe:

- Caiet de sarcini (termeni de referință);
- Căutarea unor posibili furnizori;
- Lansarea cererii de ofertă;
- Primirea ofertelor;
- Numirea unei comisii de licitație;
- Deschiderea licitației: sunt triați mai întâi furnizorii care au respectat condițiile din caietul de sarcini, după care este selectat furnizorul cel mai bun;
- Emiterea comenzii;
- Încheierea contractului;
- Recepționarea produsului și facturii;
- Efectuarea plății.

E-procurement

Achiziție prin licitație electronică:

- publicarea pe Web a specificațiilor cererii de ofertă;
- firma va aștepta să fie contactată de posibili furnizorii, care transmit, în același timp, și ofertele lor

E-procurement

Avantaje:

- ❑ Libera concurență, drepturi egale pentru furnizori;
- ❑ Folosirea sistemului concurențial și a criteriilor economice pentru achiziționarea de materiale;
- ❑ Transparența (procedură este publică);
- ❑ Confidențialitatea
- ❑ Reducerea timpului necesar pregătirii operațiunii de achiziție propriu-zisă;
- ❑ Scăderea costurilor cu organizarea licitației;

Value Chain Service Provider

- Furnizori de servicii cu valoare pentru lanțurile de comerț electronic
- Specializați pe anumite funcții:
 - asigurarea logisticii;
 - plata electronică;
 - expertiză în diferite domenii ale comerțului electronic (managementul producției și gestiunea stocurilor).
- Clienții plătesc tarife sau cote procentuale din valoarea tranzacțiilor pentru care au solicitat serviciile

Virtual Communities

- **Comunitate electronică** = grup de entități, persoane sau organizații care interacționează, temporar sau permanent, în mod virtual, într-un spațiu de interes comun

Importanță pt. business:

- Acces sporit al clienților la informații despre o firmă;
- Pot sugera alternative la soluțiile și produsele oferite de o firmă

Comunitățile de afaceri:

- o simplă asociație (parteneriat între două firme);
- acord complex între un grup de firme, ce formează un consorțiu cu un scop comun de atins;

Virtual Communities

Actori:

- Participanți → folosesc rețeaua comunității pentru a schimba informații cu scop comercial sau nu → Adaugă propriile informații unei baze de date comune
- Facilitator → o organizație care coordonează dezvoltarea, activitățile sau utilizarea rețelei în vederea asigurării dialogului dintre participanți.

Virtual Communities

1. sectorul comercial:

- comunități reglementate privat;
- comunități deschise reglementate

2. sector necomercial (nonprofit):

- comunitățile închise și reglementate;
- comunitățile deschise, dar reglementate.

3. sectorul public:

- comercial;
- necomercial.

Supply Chain

Lanțuri de aprovizionare

- set de instrumente și un mediu informațional care sprijină colaborarea dintre firme
- Găsiți parteneri comerciali pentru a obține materiile prime, materialele, pentru a fabrica și pentru a livra produsele
- Ideal, un lanț de aprovizionare constă din mai multe firme care funcționează eficient și efectiv ca și cum ar fi o singură firmă

Brokeraj de informații

Servicii:

- furnizarea de cataloage, clienți;
- clasificarea produselor, serviciilor, clienților pe profile;
- vânzarea oportunităților de afaceri;
- sfaturi privind investițiile;
- consultanță în domenii specializate

Cele mai căutate servicii:

- de pe piața financiară;
- a obligațiunilor cotate pe piață;
- a acțiunilor cotate pe piață

Bibliografie

- D.Amor – “The E-Business (R)evolution”, Prentice-Hall, 1999
- S.Buraga – “Proiectarea siturilor Web”, Polirom, 2002:
<http://www.infoiasi.ro/~design/>
- Gabriela Meșniță, “Introducere în Afacerile Electronice”, Junimea, Iași, 2002
- B.Gates – “@faceri cu viteza gindului”, Amaltea, 2000:
<http://www.speed-of-thought.com>

Cuprins

- Afacerile electronice
- Oportunități și pericole
- Modele de eBusiness
- B2B și B2C
- Modele de E-Business
- Categoriile de E-Business

Intrebări?