ე-კომერციისა და ე-ბიზნესის ურთიერთობის დეფინიცია, მნიშვნელობა და განსაზღვრულობა

რატი აბულაძე
თსუ-ს პროფესორი

სწავლულებსა და აკადემიურ წრეებს შორის განსაკუთრებული ინტერესისა და კამათის საგანს წარმოადგენს ე-კომერციისა და ე-ბიზნესის ფუნდამენტური დეფინიცია, მნიშვნელობა და განსაზღვრულობა, რაც გამოწვეულია ამ სფეროს ლიტერატურის სიმცირით, ფრანგმენტული და მცირე კვლევებით, რომელიც ე-კომერციისა და ე-ბიზნესის სფეროს მხოლოდ ზოგიერთი მიმართულების სიღრმეს აჩვენებს.

ბუკვალურად, ტერმინები კომერცია და ბიზნესი ერთმანეთისაგან ძლიერ არ განსხვავდება, ორივე ტერმინი ბიზნესის განხორციელების ორგანიზაციას გულისხმობს.

ზოგიერთი მეცნიერის დამოკიდებულებით, ე-კომერციასა და ე-ბიზნეს შორის განსხვავება წარმოადგენს ხელოვნურს და მოიცავს გარიგებას და ინფორმირებას. იმ დროს როცა ე-კომერცია წარმოადგენს ინტერნეტის მეშვეობით ყიდვის ან გაყიდვის აქტივობის შესრულებას (დაბოლოებას) ინტერნეტ-ბანკინგის ან საკრედიტო ბარათის მეშვეობით, ე-ბიზნესი წარმოადგენს შეუწყვეტელ პროცესს გაყიდვის დაწყების შეთავაზებიდან მომხმარებელზე ყიდვისშემდგომი ზრუნვით.[1]

ზოგადად კომერციას განიხილავენ, როგორც ვაჭრობის კონცეფციას, მხარეებს შორის საქონლის გაცვლას დიდ მასშტაბებში. იგი არის ფიზიკური ან იურიდიული პირის მიერ განხორციელებული საქონლის ყიდვა-გაყიდვის საქმიანობა, მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით პროდუქციის შენახვა და შედეგად მოგების მიღება.[2] ფართო გაგებით, ე-კომერცია საქონლის (მატერიალური და არამატერიალური) ასეთი გაცვლისათვის ფლობს და იყენებს ინტერნეტსა და world wide web-ს.

ზოგიერთი მეცნიერი მიიჩნევს, რომ ე-კომერცია მოიცავს ელექტრონულ მსოფლიოს დაფუძნებული ორგანიზაციულ აქტივობაზე, რომელიც მხარდაჭერილია ფირმების მიერ ბაზარზე გაცვლითი ოპერაციების წარმოებით, მათ შორისაა ფირმების ინფორმაციული სისტემების ინფრასტრუქტურა. მეორეს მხრივ სხვები ამტკიცებენ, რომ ე-ბიზნესი მოიცავს მსოფლიოს, შიდა და გარე ელექტრონული აქტივობას, რომელზეც დაფუძნებულია ე-კომერცია.

ფართო გაგებით ე-კომერცია და ე-ბიზნესი განსხვავებული ფენომენისაა, მეორეს მხრივ ე-კომერცია და ე-ბიზნესი ერთმნიშვნელოვანია, თუმცა ასევე მიიჩნევა, რომ ე-კომერცია გარკვეულ საფეხურზე მხოლოდ ნაწილობრივ მოიცავს ე-ბიზნესს და ერთიანდება კონკრეტულ წერტილში (იხ. ნახაზი 1.1).[3]

ე-კომერციასა და ე-ბიზნესს განიხილავენ, როგორც ინტერნეტ-ეკონომიკის დანართ-ფორმებს,[4] ერომელიც მოიცავს ყველა სახის ეკონომიკურ საქმიანობას, კომერციის გარემოს, ინტერნეტში ჩართვის ქსელებსა და ვაჭრობის დანართების სერვისთან კავშირის ქსელებს,[5] ინტერნეტის, ინტრანეტისა და ექსტრანეტის ინფრასტრუქტურასა და ქსელის შესაძლებლობებს. ე-კომერციისა და ე-ბიზნესის სისტემები ერთდება ბიზნეს საზღვარში, წერტილში, სადაც შიდა ბიზნეს სისტემები დაკავშირებულია მიმწოდებელთან ან კლიენტებთან. ე-ბიზნესის დანართები გადაიქცევა ე-კომერციაში, მაშინ, როცა ფასეულობათა გაცვლა ხდება.[6]

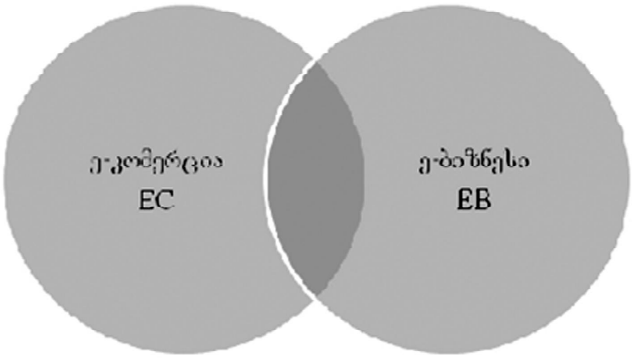
ე-კომერციაში ICT გამოიყენება საერთაშორისო ბიზნესში, ბიზნესთაშორის გარიგებებში, ბიზნესი-მომხმარებლის (B2C-Business-to-consumer) ტრანსაქციაში.[5]

ე-კომერცია მოიცავს მომხმარებელთან, მიმწოდებელთან, ბიზნეს-პარტნიორთან ურთიერთობის პროცესებს, საგარეო პროცესებს, ასევე მოიცავს ისეთ საქმიანობას, როგორიცაა: გაყიდვა, შეკვეთების მიცემა, კლიენტების მომსახურება და კლიენტების ლოიალურობის მართვა,[7] მიწოდება, წარმოებისთვის მასალების შეძენა და არაპირდაპირი ოპერაციული ხარჯები.

ე-კომერციის განსაზღვრა ლიმიტირებულია კომერციული ტრანსაქციის მოწესრიგებით. იგი პირველ რიგში მოიცავს ოპერაციების წარმოებას, რომელიც კვეთს ფირმის საზღვრებს. მისი სტრატეგია უფრო ვიწროა და მეტადაა ორიენტირებული გაყიდვებზე.

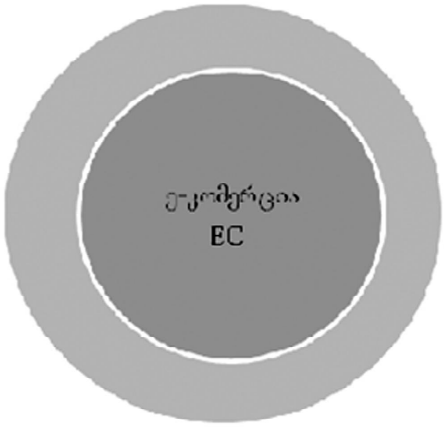
აშშ-ს კომერციის დეპარტამენტის (The U.S. Census Bureau) განმარტებით ე-კომერცია არის კომპიუტერული ქსელის გამოყენებით შესრულებული ნებისმიერი ტრანსაქცია, რომელიც მოიცავს

ე-კომერციასა და ე-ბიზნეს შორის ურთიერთობის დეფინიციები



ე-კომერცია (EC) გარკვეულ საფეხურზე ნაწილობრივ ემთხვევა ე-ბიზნესს (EB)

ე-კომერცია (EC) ფართო გაგებით ექვივალენტია ე-ბიზნესის (EB)



ე-კომერცია (EC) არის ე-ბიზნესის (EB) ქვესიმრავლე

საქონელსა და მომსახურებაზე საკუთრების უფლებას ან უფლებების გადაცემას. ასევე ტრანსაქცია მოიცავს უფასო პროგრამების ჩამოტვირთვას. ე-კომერცია მოიცავს ინტერნეტით, ინტრანეტით, ექსტრანეტით, ე-ფოსტითა და ასევე ფაქსით შესრულებულ ტრანსაქციებს.[8]

ე-კომერციის განსხვავება ტრადიციული გაყიდვებთან მიმართებაში მდგომარეობს ინფორმაციასთან მომხმარებლის უშუალო კავშირში. მომხმარებელს პროდუქტის შესახებ უპრეცედენტო რაოდენობის ინფორმაციასთან აქვს წვდომა, არამხოლოდ მწარმოებლის web-საიტიდან, არამედ ყოფილი კლიენტების, თანამშრომლებისა და ორგანიზაციების ინტერნეტ-პოსტებითა და აღწერით. ინტერნეტით საქონლისა და მომსახურების ვაჭრობა ზრდის სამომხმარებლო კონკურენციის ძალას, რადგან მეტია მისაწვდომობა. ე-კომერციასა და ტრადიციულ კომერციას შორის განსხვავება განპირობებულია ინფორმაციული ტექნოლოგიების როლით, რომელიც წარმოადგენს შუამავალ ინსტრუმენტსა და საშუალებას, რომელიც ეხმარება გლობალიზაციასა და ინტეგრაციას. აგრეთვე, განსხვავებაა დანახარჯების საკითხში, უშუალო ურთიერთობის ეფექტებში (face-to-face), განსხვავებული მეთოდების ნაკრების (გემოს, სუნის შემოწმების ნაცვლად) გამოყენებაში და სხვა. [9]

ე-კომერცია უფრო მეტადაა განვითარებული აშშ-ი, ვიდრე ევროპასა და აზიაში, რაც განპირობებილია ისეთი საკვანძო მამოძრავებელი ფაქტორებით, როგორიცაა: ტექნოლოგიური, პოლიტიკური, სოციალური და ეკონომიკური ფაქტორებით.[10]

ე-კომერცია და ე-ბიზნესი აღნიშნავს „ელექტრონულ ქსელს" და აღწერს ბიზნესპროცესებისთვის ელექტრონული ქსელური ტექნოლოგიების გამოყენებას, რისთვისაც იყენებს ინტერნეტს, world wide web-სა და ელექტრონულ მონაცემთა გაცვლის სისტემას.

ბიზნესს განიხილავენ, როგორც მოქმედი საწარმოს კომერციულ საქმიანობას. ე-ბიზნესს განსაზღვრავენ, როგორც პროცესს ან სფეროს ორგანიზაციის ექსპლუატაციითა და მართვით, რომელიც ელექტრონული ან ციფრული ხასიათისაა. მას მიეკუთვნება, როგორც პირდაპირი ბიზნეს საქმიანობა (მარკეტინგი, გაყიდვები, ადამიანური რესურსების მართვა), ასევე არაპირდაპირი საქმიანობა (ბიზნეს-პროცესების რეინჟინრინგი, ცვლილებების მართვა), რომელიც გავლენას ახდენს ბიზნეს-პროცესების, საქმიანობის სახეების ინტეგრაციასა და ეფექტიანობის ამაღლებაზე.[11]

ე-ბიზნესში ICT–ი გამოიყენება ბიზნესის ზრდა-განვითარებისთვის. ეს მოიცავს ნებისმიერ პროცესს, რასაც ბიზნეს-ორგანიზაცია აწარმოებს კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით. ე-ბიზნესში ვითარდება 3 ძირითადი პროცესი:[5]

- წარმოების პროცესები (შეკვეთები, შესყიდვები და მარაგების შევსება, გადასახადების გადახდების დამუშავება, მიმოწდებლებთან ელექტრონული კავშირი და წარმოების პროცესის მართვა);
- კლიენტზე ორიენტირებული მართვა (სარეკლამო და მარკეტინგული ძალისხმევა, ინტერნეტით გაყიდვები, კლიენტების შეკვეთებისა და გადახდების დამუშავება, კლიენტების მხარდაჭერა და სხვა);
- შიდა პროცესები (თანამშრომელთა სერვისი, ინფორმაციის შიდა გაცვლა, ვიდეო-კონფერენცია.

ე-ბიზნესს, მიეკუთვნება ფირმებში ციფრული გარიგებებისა და პროცესების წარმოება, რომელიც მოიცავს ფირმების კონტროლ ქვეშ არსებულ ინფორმაციულ სისტემებს. ე-ბიზნესი არ მოიცავს ორგანიზაციულ საზღვრებში ფასეულობის გაცვლასთან დაკავშირებულ კომერციულ ოპერაციებს. მაგალითად, კომპანიის მიერ მარაგების ონლაინ მართვა წარმოადგენს ე-ბიზნესის ძირითად კომპონენტს, მაგრამ ასეთი შიდა პროცესები არ მიეკუთვნება ფირმის პირდაპირ მოგებას, როგორც ე-კომერციის დეფინიცია აკეთებს. მიუხედავად ამისა, ფირმების ე-ბიზნესის ინფრასტრუქტურის ონლაინ მხარდაჭერა უზრუნველყოფს ე-კომერციის საქონელგაცვლას.[6]

ე-ბიზნესი უფრო ფართოა, ვიდრე ე-კომერცია, რომელიც მისი ინტეგრალია. ე-ბიზნესი, როგორც საერთო მიდგომა ინტერნეტს იყენებს ყველა მისი ბიზნეს საქმიანობისთვის და მოიცავს ბიზნესის სრულ ციკლს, წარმოებას, მარაგების მართვას, პროდუქციის შემუშავებას, რისკ მენეჯმენტს, სტრატეგიის განვითარებას,[7] კომპანიის შიდა ფუნქციური სექტორების დანართებს,[12] ბიზნეს პროცესების წარმოების ციფრული ტექნოლოგიების დანართებს, ფინანსებს, ადამიანური რესურსებს, გაყიდვებს, ანგარიშსწორებას, მარაგების შევსებას, მარკეტინგს, ონლაინ ტრანსაქციებს, ბიზნეს პარტნიორებთან და კლიენტებთან ურთიერთქმედებას, ბიზნეს პროცესების სრულყოფასა და ეფექტიანობას.

ე-ბიზნესის საკვანძო ფაქტორები მოიცავს: ორგანიზაციულ კულტურას, კომერციულ სარგებელს, კვალიფიციურ და ერთგულ სამუშაო ძალას, კონკურენციას, მოხმარებლებისა და მიმწოდებლების მოთხოვნებს.[10]

ე-ბიზნესის სტრატეგია უფრო კომპლექსურია და მეტადაა ფოკუსირებული შიდა პროცესებზე, მეტადაა მიმართული ეფექტიანობის, მწარმოებლურობის ამაღლებისა და დანახარჯების ეკონომიაზე.[13]

გამოყენებული ლიტერატურა

[1] http://www.articlesbase.com/ecommerce-articles/differences-between-ecommerce-and-ebusiness-846584.html
[2] Беляевский И.К. ОСНОВЫ КОММЕРЦИИ: Учебно-практическое пособие / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. М.:МЭСИ, 2005.
[3] http://www.psut.edu.jo/sites/raad/ebusiness_notes/chapter01.pdf
[4] http://thayer.dartmouth.edu/~cushman/courses/IE-at-UNG/eCommerceConsequences.pdf
[5] http://www.kau.edu.sa/Files/830/Files/61164_Ecommerce%20and%20E%20Business.pdf
[6] Laudon K.C., Traver C.G. E-commerce . fifth edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey. 2009.
[7] http://www.monografias.com/trabajos36/e-business-e-commerce/e-business-e-commerce2.shtml#diferen
[8] http://smallbusiness.chron.com/difference-between-e-business-e-commerce-2639.html
[9] http://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/FE/FE82000.pdf
[10] http://www.sxccal.edu/msccs/ecommerce1.pdf
[11] http://www.sagepub.com/upm-data/9598_019964Ch1.pdf
[12] http://www.iwi.uni-hannover.de/lv/seminar_ss03/Linck/def_eb.htm
[13] http://www.computerworld.com/s/article/53015/The_difference_between_e_business_and_e_ commerce?taxonomyId=71&pageNumber=1

DEFINITION OF RELATIONS OF E-COMMERCE AND E-BUSINESS, ITS MEANING AND DETERMINATION

R. ABULADZE
professor of TSU

In the Article, there is reviewed the perception and relationship of scientists and researchers regarding the meaning and definition of e-commerce and e-business, differences in mind regarding to it. By the opinion of the certain scientist, difference between e-commerce and e-business is artificial, by providing of the others, it's a natural process and inconformity of the opinions is referred from the insufficiency of researches.

There is analyzed differences of relationship between e-commerce and e-business, trends of applying, and key factors.

There are estimated the processes, which are focused on each sector.

In face of findings, there is formed the phenomena of e-business, which changed the commerce and included the field of e-commerce. As a result of it, the field is rising the technologies, business models and strategy, which by applying of technologies is targeted on the usage of commerce and revenues.