



E-COMMERCE

Curs 1

Conf. dr. ing. Nirvana Popescu
nirvana.popescu@cs.pub.ro

- 1. Introducere în E-commerce**
- 2. Istoria e-commerce-ului**
- 3. E-commerce în România**
- 4. Modele de Business**



1. Introducere în E-commerce

- Ideea de comerț electronic (e-commerce) și de e-business în general se referă la organizarea tranzacțiilor, comunicațiilor și informațiilor, precum și la planificarea și controlul unei afaceri, folosind întregul potențial al tehnologiei informației.

IBM

definește e-business
pentru prima dată:

“acces securizat, flexibil și integrat pentru desfășurarea diferitelor afaceri prin combinarea proceselor și sistemelor care execută operații de baza ale afacerilor cu cele ce fac posibilă găsirea informației pe Internet.”



Cele mai importante avantaje ale dezvoltării unei afaceri electronice sunt:

- Oportunitatea de a vinde și de a face cunoscute propriile produse la nivel global.
- Comunicarea cu furnizorii și clienții firmei implică un nivel redus de costuri și este mult mai eficientă.
- Pentru a începe o afacere online de succes, comparativ cu o afacere tradițională, ai nevoie de o investiție minimă.

E-business reprezintă mai degrabă o strategie în ceea ce privește modul de a face afaceri, cea mai importantă componentă a sa fiind comerțul electronic.

E-commerce reprezintă vânzarea de produse și/sau servicii prin intermediul Internetului.



O afacere electronică presupune menținerea contactelor cu furnizorii, cu posibiii parteneri de afaceri, dar și cu clienții, promovarea produselor și/sau serviciilor oferite etc., toate folosind mijloace electronice.

Deși comerțul online și cel offline are la bază productivitatea și profesionalismul de care trebuie să dea dovadă echipa care conduce afacerea, pe lângă acestea, un e-business presupune familiarizarea cu câteva particularități. Astfel, în cazul comerțului electronic, competiția este mult mai dură, punându-se accentul foarte mult pe inovare. Multe din afacerile online nu reușesc să aibă succes. Nu este de ajuns să fii prezent online și să ai câteva bannere publicate pe diverse site-uri. La fel ca în orice afacere, trebuie să ai un plan de afaceri foarte bine pus la punct.



2. Istoria e-commerce-ului

Deși Internetul își câștigă o mare popularitate în rândul publicului general încă din 1994, a durat aproape patru ani dezvoltarea protocoalelor de securitate (de ex. HTTP) sau DSL care permit accesul rapid și menținerea conexiunii Internet.

În 2000, un mare număr de companii din Statele Unite și Europa de Vest și-au reprezentat serviciile și pe Internet.

Multe dintre primele companii care au încercat vânzările electronice în 2000 au dat faliment.

Albertsons și Safeways au fost printre primele lanțuri de supermarketuri care au început să vândă cu succes produse cu ajutorul comerțului electronic.



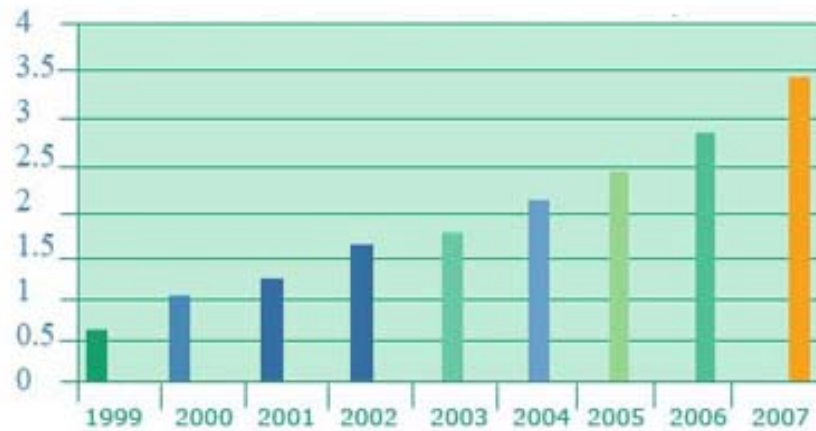
Se pot reliefa câțiva pași importanți în apariția și evoluția e-commerce-ului:

- dezvoltarea în 1960 a setului de standarde Electronic Data Interchange (EDI) pentru tranzacțiile electronice.
- Apariția browserul Mosaic în 1992. Acesta a devenit curând o versiune ce se putea downloada cu ușurință – Netscape.
- Dezvoltarea DSL (Digital Subscriber Line – o familie de tehnologii de transmitere digitală a datelor de mare viteză)
- În 1995 – apar Amazon.com și eBay.com
- La sfârșitul anului 1998, AOL vinde online în valoare de 1,2 miliarde \$ în numai 10 săptămâni.
- Dezvoltarea sistemului de operare Red Hat Linux astfel încât să existe și o altă platform de dezvoltare open-source, alta decât Microsoft.
- Napster apare ca o aplicație online pentru share-uirea fișierelor de muzică.



- În 2000, AOL fuzionează cu Time Warner și astfel se grupează o companie online și una tradițională.
- În februarie 2000, hackerii atacă câteva companii importante care se ocupau de e-commerce: Yahoo, Ebay și Amazon. Dar în urma lor, aceste companii și-au îmbunătățit cu mult securitatea site-urilor.
- În 2001, cel mai amplu model de e-commerce, Business-to-Business (orientat pe parteneriat de afaceri), avea tranzacții de aproximativ 700 miliarde de dolari.
- Vânzările au continuat să crească în anii următori astfel încât, în 2008, vânzările electronice dețineau 3,4 procente din totalul vânzărilor.





Procentul acoperit de vânzările electronice din 1999 și până la începutul lui 2008



Amazon și Ebay care au fost primele companii ce au permis tranzacții pe Internet.

În prezent, există cinci companii importante din punct de vedere al vânzărilor prin intermediul Internetului: **Amazon, Dell, Staples, Office Depot** și **Hewlett Packard**.

Conform statisticilor, cele mai vândute categorii de produse sunt: cărțile, calculatoarele, muzica, birotica și consumabilele electronice.

Amazon este una dintre primele afaceri electronice care și-au adăugat un program de marketing și astfel, în prezent, compania obține 40 % din vânzări prin intermediul vendorilor intermediari. Deși a început ca magazin de cărți, Amazon operează acum și vânzări pentru alte branduri cum ar fi Marks & Spencer, Lacoste, NBA, Target etc. În 2008, Amazon a avut 615 milioane de cumpărători.

Compania **DELL** a avut o ascensiune rapidă și în 2007, a fost prima companie care a înregistrat 1 milion de dolari din vânzări electronice.



3. E-commerce în Romania

- Comerțul electronic în Romania se afla încă în faza incipientă. Clientii manifesta temeri în ceea ce privește furtul cardurilor de credit sau a confidențialității datelor personale.
- Multe firme nu au adoptat modelul electronic potrivit pentru derularea comerțului lor electronic sau întâmpină dificultăți în integrarea comenzilor și a informațiilor culese online, în activitatea curentă a firmei. Cu toate acestea, numărul clienților magazinelor electronice și ale firmelor care adoptă soluțiile comerțului electronic este în creștere.
- Mulți furnizori de servicii Internet popularizează sistemul de cumpărare online tocmai pentru a induce un plus de încredere și considerație.
- În Romania, comerțul electronic a apărut la sfârșitul lui 1999. Chiar dacă acum se înregistrează o creștere foarte mare în e-commerce, puține e-magazine vor supraviețui acestei perioade și nu vom putea vorbi prea curând de o piață de e-commerce stabilă.



Printre primele site-uri de comerț electronic din Romania, se pot menționa:

	www.okazii.ro licitatii online		www.shopmania.ro comparatii intre diverse oferte ale magazinelor online
	www.emag.ro computere, gsm, electronice si accesorii		www.culinar.ro super-market online pentru produse alimentare si de igiena
	www.price.ro comparatii intre produsele oferite de diverse magazine online		www.dc-shop.ro magazinul online al firmei Depozitul de Calculatoare
	www.librarie.net librarie si anticariat online		www.domo.ro magazin online de produse electrocasnice, electronice si IT&C
	www.dol.ro magazin de media (carte, muzica, film), IT si papetarie		www.ultrapro.ro magazinul online al firmei UltraPro



- O dovadă de maturitate a comerțului electronic este dată de site-urile care oferă un sistem de compărare a produselor oferite de alte magazine online (price.ro și shopmania.ro). Aceste sisteme sunt populare în țările dezvoltate și reprezintă și o dovadă de maturitate din partea celor care cumpăra online.
- De asemenea, trebuie remarcat că produsele IT au cea mai mare căutare în spațiul virtual românesc.
- Un alt aspect de remarcat este faptul ca în Romania, cel mai dezvoltat sistem de plata este cel ramburs. Produsele se trimit prin colet postal și plata se face în momentul ridicării coletului de la posta. Evident, cartile, cd-urile, dvd-urile se incadreaza cel mai bine în acest tip de comert.
- Un lider care conduce detașat în vânzari este okazii.ro. Site-ul a fost lansat de netBridge Investments în aprilie 2000 avand ca idee de baza oferirea unui mediu în care să fie posibilă vânzarea și cumpărarea la cel mai bun preț de diverse articole. Este bine cunoscut site-ul ebay.com bazat pe același principiu.



4. Modele de Business

Site-urile comerciale sunt mai mult decât o vânzare obișnuită de produse. Ele includ site-uri pentru furnizori și site-uri de marketing care fac legătura între furnizori și distribuitori. Orice site care implică tranzacții bancare și un catalog de produse poate fi considerat un site pentru comerț electronic.

O decizie importantă care trebuie luată la început este stabilirea platformei de lucru și design-ul site-ului. Există două tipuri de site-uri:

- ❑ **Business-to-consumer (B2C)** – un site orientat pe client (consumator) ce presupune un volum mare de vânzări și un număr mare de produse vândute la fiecare comandă;
- ❑ **Business-to-business (B2B)** – un site orientat pe parteneriat de afaceri ce presupune o legătură cu noi distribuitori, împărțirea profitului cu ei, dar acest fapt implică o reducere a timpului de execuție a unei tranzacții sau aducerea unui produs de la furnizor într-un timp mai scurt.



Principalele avantaje oferite de comerțul Business to Business pot fi:

- ❖ Stabilirea unor relații mai strânse cu furnizorii dar și cu clienții;
- ❖ Adaptarea mai rapidă la nevoile clienților
- ❖ Obținerea unor prețuri avantajoase pentru unele produse/servicii
- ❖ Administrarea mai eficientă a tranzacțiilor efectuate și a stocurilor
- ❖ Reducerea costurilor determinate de aprovizionare
- ❖ Identificarea de noi piețe de desfacere



Comerțul Business to Consumer se refera la vânzarea produselor/serviciilor pentru consum personal.

Exemple: [Amazon.com](https://www.amazon.com), [WallMart.com](https://www.WallMart.com), [Emag.ro](https://www.Emag.ro), [Dol.ro](https://www.Dol.ro) etc.

Pentru a avea succes, un site de tip B2C trebuie să:

- ❖ atragă vizitatorii pe site. Conteaza câți dintre vizitatorii site-ului devin clienți.
- ❖ câștige încrederea clienților. Pentru a transforma un client simplu într-unul fidel, site-ul trebuie să ofere: ușurință în utilizare, calitatea produselor/serviciilor, sistem de asistență bine pus la punct pentru a raspunde la toate întrebările posibile în timp util.
- ❖ asigure livrarea la timp a produselor comandate. Acest lucru contribuie la imaginea firmei din spatele magazinului virtual. De aceea unele site-uri oferă posibilitatea clienților să vadă stadiul comenzii efectuate.



În general, componentele unui site de e-commerce sunt:

- Catalogul cu produse într-o organizare logică;
- Profilele utilizatorilor site-ului;
- Procesul comenzilor și cumpărăturilor;
- Targhet de conținut;
- Campanii și reduceri care modifică prețul produselor;
- Depozitul de date al serverului;
- Rapoarte pentru analiza datelor;
- Interfața administrativă pentru fiecare articol al site-ului;
- Securitatea datelor, a tranzacțiilor și a interfeței de administrare.

Toate aceste componente ar trebui sa fie integrate într-un site.



Un mod de a realiza un timp scurt pentru lansarea pe piață este de a construi un site cu funcționalități minime și apoi să adaugi diverse facilități și attribute în timp.

Astfel, site-ul trebuie sa fie ușor extensibil pentru a nu afecta site-ul inițial conceput.

Un alt factor important de luat în considerare este integrarea cu alte sisteme. Chiar daca site-ul a fost inițial construit fără o infrastructură, de fapt, sisteme externe vor fi mereu implicate.

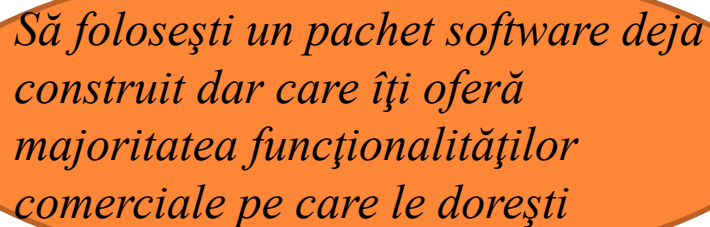


Când vrei să construiești un site de e-commerce poți opta pentru trei variante de soluții pentru a face față acestei provocări:

- ❑ Să dezvolti aplicația de la bun început, răspunzând necesităților business-ului respectiv. Inconvenientul este că vei fi inițial singurul utilizator și astfel, tester al site-ului. Riscul este în acest fel destul de mare că eventualele erori de cod care apar să nu le poți rezolva decât tu.
- ❑ Să folosești un pachet software deja construit dar care îți oferă majoritatea funcționalităților comerciale pe care le dorești. Astfel poți să dezvolti mult mai rapid propria ta aplicație. Dezavantajul constă în flexibilitatea redusă a site-ului tău și deci o customizare minoră a funcționalităților site-ului.
- ❑ Dezvoltarea pe o platformă are beneficiul că va combina din avantajele celor două opțiuni discutate mai sus. O platformă îți oferă catalogul de produse, profilul utilizatorului, motorul de căutare a produsului etc. Având baza de dezvoltare poți să pornești afacerea oricând.



Oricare din aceste soluții poate fi bună în funcție de tipul site-ului pe care îl creezi. Dacă tipul de business este generic și simplu, **soluția a doua** este foarte potrivită.



Să folosești un pachet software deja construit dar care îți oferă majoritatea funcționalităților comerciale pe care le dorești

Altfel, pentru un site de e-commerce cu funcționalități extinse, soluția optimă este folosirea unei platforme.

Microsoft Commerce Server 2007 oferă o platformă pentru construire și dezvoltare a unui sistem de comerț electronic.

