

АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

А.Н. Ивкин, студ.

Научный руководитель: Молнина Е.В.

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26, тел. (38451)-777-64

E-mail: Skaut42russ@mail.ru

Сегодня мы становимся свидетелями рождения нового сектора в экономике, который все чаще называют электронным бизнесом, Интернет-экономикой, Интернет-бизнесом, электронной коммерцией. Темпы развития этого сектора высоки, его оборот ежегодно удваивается. По данным Центра исследования электронной коммерции, функционирующего под эгидой Высшей школы бизнеса Университета штата Техас, суммарный доход компаний, предлагающих услуги через Интернет, а также занимающихся технической поддержкой Сети, превышает 500 млрд. долларов. Многие фирмы используют "Всемирную паутину", как транспортную среду для осуществления товарных и финансовых операций.

Электронная коммерция является важнейшим составным элементом электронного бизнеса. Под электронной коммерцией подразумевают любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или непосредственного физического контакта и в результате которого право собственности или право пользования товаром передается от одного лица другому.

Электронный бизнес – одно из направлений развития компании, которое подразумевает перевод части деятельности в электронную форму. Основная задача в этом случае – расширение клиентской базы, повышение эффективности работы, увеличение дохода и прочее.

Термин "электронная коммерция" объединяет в себе множество различных технологий, в числе которых - EDI (электронный обмен данными), электронная почта, Интернет, интранет (обмен информацией внутри компании), экстранет (обмен информацией с внешним миром). Таким образом, электронную коммерцию можно характеризовать как ведение бизнеса через Интернет.

Электронная коммерция, по сути, имеет глобальный характер. На интернациональном уровне по сравнению с внутринациональным электронная коммерция усложняется такими факторами, как различия в налогообложении, таможенных сборах и правилах банковской деятельности.



Рис. 1.1. Сектор B2B

В зависимости от участников электронных взаимоотношений электронная коммерция подразделяется на основные сектора коммерческого взаимодействия, такие как:

1. Сектор business-to-business (рис.1.1)

Его особенность – любой вид взаимодействия между структурами. При этом допускается применение самых различных технологий и обменных стандартов, к примеру, EDI. С самого начала под термин «B2B» попадали процессы купли-продажи, которые проходили исключительно в режиме онлайн. Но сегодня под «business-to-business» понимается любой процесс бизнес-деятельности между двумя компаниями или их подразделениями. При этом данная задача реализуется посредством глобальной сети.

2. Сектор business-to-consumer (рис.1.2).

Эта сфера деятельности включает в себя розничную сеть, то есть работу непосредственно с потребителями продукции. Такой бизнес эффективен в случае удаления предприятия от крупных городов и основного объема потенциальных клиентов. Работа в секторе B2C позволяет поставлять товар потребителю с мини-

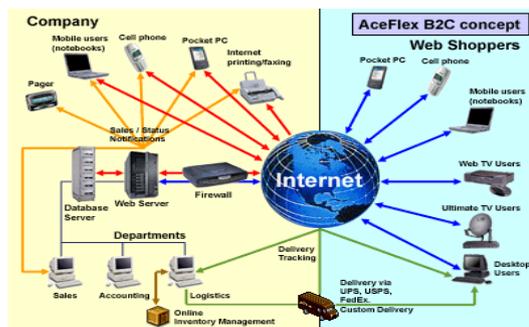


Рис. 1.2. Сектор B2C

мальным количеством посреднических компаний и структур. Это, в свою очередь, дает возможность ставить более выгодные цены на товары, увеличивать продажи и добиваться лучшей прибыли.

К сектору business-to-consumer можно отнести такие образования:

- интернет-магазины, которые занимаются исключительно продажей товара. При этом у них есть вся необходимая инфраструктура для ведения торговли;
- веб-витрины (Front Office) создаются для привлечения внимания потенциальных клиентов к продукции компании. Это один из самых простых вариантов внедрения в электронный бизнес;
- интернет-компании. Особенность таких организаций - полная интеграция со всеми бизнес-процессами в предприятии.

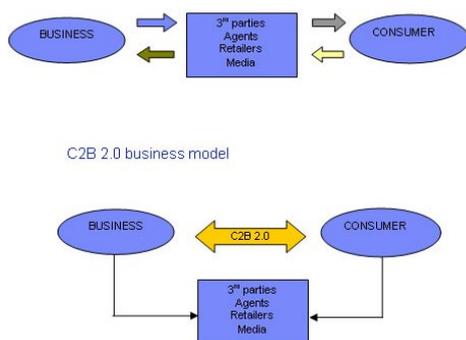


Рис. 1.3. Сектор C2B

бителем. В качестве примера можно привести сайты различных промоутеров, юристов, рекламных агентств и так далее.

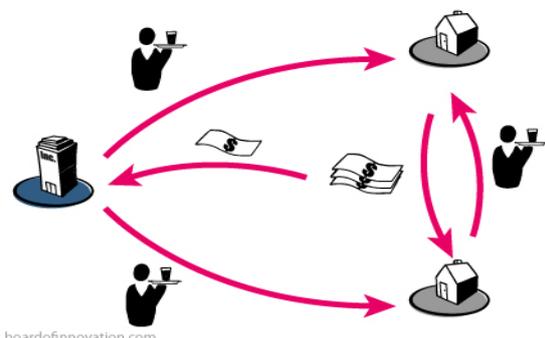


Рис. 1.4. Сектор C2C

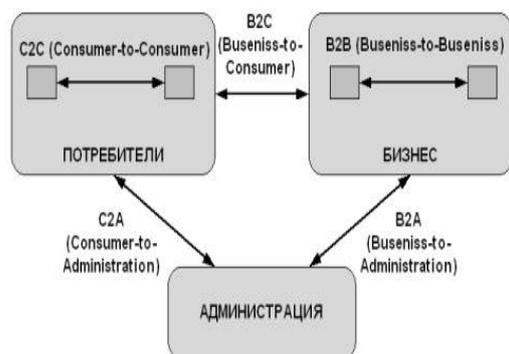


Рис. 1.5. Сектора B2A и C2A

тическом обществе. При этом максимальное взаимодействие должно быть налажено в двух направлениях – социальной и налоговой сфере.

3. Сектор Consumer-to-Business (рис.1.3).

Дает возможность предпринимателю самостоятельно устанавливать ценовую политику на услуги и товары. При этом формируется столь дополнительный спрос, оборот и, как следствие, еще большая прибыль компании. На основании полученных данных бизнесмен может делать выводы, какая продукция является самой ходовой и требует особого развития.

Кроме этого, сектор C2B дает возможность пользования различными технологиями и инструментами, позволяющими проводить онлайн-транзакции между компанией-продавцом и потре-

4. Сектор consumer-to-consumer (рис1.4).

Это одна из форм, где организуется продажа товаров и услуг не между компанией и потребителем, а между разными покупателями. С одной и другой стороны – потребители продукции. При этом заработок идет от посреднической деятельности. Сегодня такие сайты получают все большее распространение – ресурсы бесплатных объявлений, интернет-аукционы и так далее. На таких сайтах одни люди выставляют свой товар, а другие – покупают. При этом в качестве продавцов могут выступать и небольшие предприятия.

5. Сектор business-to-administration (B2A).

Это особый вид взаимодействия между компанией (предпринимателем) и администрацией. Именно благодаря B2A возможно налаживание связей между государственными и коммерческими организациями. В качестве государственных структур могут выступать местные власти или даже международные образования.

6. Сектор consumer-to-administration (C2A).

Одно из наиболее слаборазвитых направлений. С другой стороны его потенциал считается самым большим, ведь взаимодействие государственных структур и потребителей является одним из наиболее важных моментов в демокра-

В заключение можно сказать, что существует множество вариантов электронного бизнеса и они имеют как плюсы, так и свои недостатки, но являются его неотъемлемой частью. Большинство из них совершенствуется и улучшается со временем.

Литература.

1. Лектомания. URL: <http://lectmania.ru/1xd086.html> (дата обращения: 21.10.2016).
2. ITF STUDIO URL: <http://itfstudio.ru/content/materials/b2b> (дата обращения: 21.10.2016).
3. Личный сайт Акишина А.В.. URL: <http://chinascript.ru/blog-1-167.html> (дата обращения: 21.10.2016).

ПРИМЕНЕНИЕ СПРТ ТП В СВАРОЧНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА «ВЕРТИКАЛЬ»

Д.С. Карцев, студент гр.17ВМ51

Научный руководитель: Чернышева Т.Ю., к.т.н., доцент

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

E-mail: dmitkarcev@mail.ru

В современное время системы автоматизированного проектирования технологических процессов (САПР ТП) дают возможность пользователю произвести автоматизированную разработку технологического процесса и расположить ее в едином информационном поле предприятия для быстрого получения различных отчетов. С целью автоматизации работы с различными технологическими условиями применяются специализированные приложения. К числу таковых относится система расчета сварочных режимов [1].

Процесс оперативного получения расчетов сварочных режимов и их внедрения в технологический процесс был реализован в системе КОМПАС-Автопроект. В данной системе были реализованы модули для расчета режимов и прочих параметров ручной дуговой сварки и сварки в среде защитного углекислого газа. Свое дальнейшее развитие эта система получила уже в программном комплексе «ВЕРТИКАЛЬ». Большая часть конструктивных элементов сварных швов регламентируется государственными отраслевыми стандартами или стандартами предприятия. А в программном комплексе «ВЕРТИКАЛЬ» появилась возможность, позволяющая работать с конструктивными элементами сварных швов. Эта возможность позволила брать за основу конструктивный элемент и, наполнив его дополнительной информацией, создать из него уже законченный конструктивно-технологический элемент, что фактически является частью самого технологического процесса. Согласно ГОСТам, один и тот же конструктивный элемент может быть выполнен несколькими способами сварки. Исходя из этого, была создана среда, в которой пользователь или разработчик сможет самостоятельно заниматься конфигурацией конструктивных элементов сварных швов и производить изменение или корректировку расчетных алгоритмов для различных способов сварки. Эти возможности реализованы в «Конфигураторе сварочных конструктивно-технологических элементов и режимов сварки», который является составной частью программного комплекса «ВЕРТИКАЛЬ» [1,6].

«Конфигуратор» позволяет [2]:

- вносить информацию о конструктивном элементе всего сварного шва и отдельных слоев;
- назначать формулы для расчета поперечного сечения сварного шва или слоя, или площади наплавленных слоев, по которым будет производиться вычисление объема наплавленного металла и необходимый расход сварочных материалов. Позволяет вычислить объем наплавленного металла из 3D-модели сварного шва;
- задавать варианты выполнения конструктивных элементов сварных швов или наплавочных слоев.

Каждая сварочная операция или способ сварки или наплавки должны быть предварительно настроены. Для них обозначаются параметры, характеризующие режим сварки, возможные группы свариваемых материалов и т.д. [2,6].

Заканчивая этап настройки нужно внести значения параметров сварочных режимов. Когда во фрагменте технологического процесса указаны толщина и способ сварки, будет открыта ранее настроенная структура, в которую нужно внести значения параметров режимов сварки. Оперирруя этими данными, система расчета режимов сварки выберет необходимые материалы для сварки, просчитает их расход и основное время необходимое для выполнения сварного соединения.