

## **Содержание:**

image not found or type unknown



## **Введение:**

Еще несколько лет назад сеть Internet использовалась в основном только для обмена почтовыми сообщениями и пересылки файлов. Однако в последнее время современные технологии превратили Internet в развитую инфраструктуру, которая охватывает все основные информационные центры, мировые библиотеки, базы данных научной и правовой информации, многие государственные и коммерческие организации, биржи и банки. Сегодня Internet может рассматриваться как огромный рынок, способный охватить в потенциале практически все население Земли. Именно поэтому производители программных и аппаратных решений, торговые и финансовые организации активно развивают различные виды и методы ведения коммерческой деятельности в Internet - электронной коммерции.

## **Понятие электронной коммерции:**

Сегодня под термином "электронная коммерция" понимается прежде всего предоставление товаров и платных услуг через глобальные информационные сети.

Уместно вспомнить определения электронной коммерции и более широкого понятия "электронный бизнес", объявляющем мораторий на дополнительное налогообложение сделок, заключенных через Интернет. В нем электронной коммерцией называется любая транзакция, совершенная через компьютерную сеть (любую, не только Интернет), в результате которой право собственности или право пользования вещественным товаром или услугой было передано от одного лица другому. Электронный бизнес определяется как процесс, который коммерческая организация производит через компьютерную сеть.

Во всем мире наблюдается рост активности в области онлайн-торговли. Вслед за крупными компаниями, производящими компьютерное оборудование в Сеть стали выходить торговцы традиционными товарами. Появилось большое количество книжных магазинов, магазины компакт-дисков и видеокассет, винные

магазины. Сейчас практически любые товары можно купить через Сеть.

Электронная коммерция с этой точки зрения - это ускорение большинства бизнес-процессов за счет их проведения электронным образом, так как информация передается напрямую к получателю, минуя стадию создания бумажной копии на каждом этапе.

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.

Под определение электронной коммерции подпадают не только системы, ориентированные на Internet, но также и "электронные магазины", использующие иные коммуникационные среды - BBS, VAN и т.д. В то же время процедуры продаж, инициированных информацией из WWW, но использующих для обмена данными факс, телефон и пр., могут быть лишь частично отнесены к классу электронной коммерции.

В электронном виде можно передавать любую информацию, которую можно создать на компьютере. Например, текстовые файлы, электронные таблицы, базы данных, картинки, заказы, счета, платежи, информационные запросы, прайс-листы, мультимедийные данные и т.д.

Необходимое условие электронной коммерции - полная автоматическая обработка заказа по крайней мере в системе продавца. Без этого не получается полной передачи прав собственности в режиме онлайн.

Государство заинтересовано сделать финансовые потоки безналичными и прозрачными, а также стимулировать более быстрое обращение денег в экономике и уменьшение накладных расходов. Для обслуживания клиентов компании, занимающиеся электронным бизнесом, должны достичь определенного уровня с точки зрения упорядочения бизнес-процессов. Переход в режим онлайн приводит к снижению издержек лишь в компаниях, где развернуты системы автоматизации управления.

## **Категории и виды электронной коммерции:**

Появление Интернета значительно удешевило ведение электронной коммерции за счет низкой себестоимости передачи информации и привело к возникновению ее качественно новых форм. Одной из таких форм стали системы уровня "бизнес - бизнес" (B2B) и "бизнес - потребитель" (B2C), где ключевым моментом является взаимодействие через Web-браузер, а EDI - технологии не используются или их применение носит вторичный характер.

Электронный бизнес - любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли.

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.

Электронную коммерцию можно разделить на следующие категории:

1. Бизнес-бизнес (B2B);
2. Бизнес-потребитель (B2C);
3. Бизнес-администрация (B2A);
4. Потребитель-администрация (C2A);
5. Потребитель-потребитель (C2C).

Бизнес-бизнес:

Данная категория включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями.

Бизнес-потребитель:

Основу этой категории составляет электронная розничная торговля.

Бизнес-администрация:

Данная категория включает в себя взаимодействие бизнеса и администрации.

Потребитель-администрация:

Данная категория включает в себя взаимодействие государственных структур и потребителей.

Потребитель-потребитель:

Основу этой категории составляет возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией.

Целесообразным представляется рассмотреть наиболее распространенные на сегодняшний день виды электронной коммерции.

- В последнее время концепция "электронных магазинов" становится все более популярной за рубежом.
- Другим новым направлением электронной коммерции стала аренда различного программного обеспечения и так называемые "микроплатежи" - когда за использование какого-либо компонента программного комплекса с пользователя берется символическая плата.
- Традиционной услугой в области электронной коммерции является продажа информации.
- Наконец сегодня начинает набирать обороты новый вид электронной коммерции - электронные банки.

## **Рынок электронной коммерции:**

Одним из "измерений", характеризующих многомерный мир электронной коммерции, является тип потребителя продукции.

(Таблица 1. Распределение мест секторов рынка электронной коммерции)

Место Ранжирование по денежному объему Ранжирование по количеству продаж

1	Недвижимость	Программное обеспечение
2	Компьютеры и комплектующие	Звуковоспроизводящая аппаратура
3	Программное обеспечение	Разное

4	Туристическое обслуживание	Компьютеры и комплектующие
5	Звуковоспроизводящая аппаратура	Туристическое обслуживание
6	Финансовые услуги	Финансовые услуги

(Таблица 2. Оценки для рынка электронной коммерции)

Характеристика рынка	Оценка
Общий объем Internet-продаж	\$4,5 млрд - \$6 млрд
Объем продаж на одного покупателя	\$600 - \$800
Средний размер Internet-транзакции	\$25 - \$30
Общее количество Internet-транзакций	130 млн - 200 млн
Доля продаж on-line товаров	60% - 70%
Доля продаж доставляемых покупателю товаров	30% - 40%

## **Разновидности услуг:**

Современные компании используют Интернет не только для продажи товаров. Есть множество вариантов оказания сетевых коммерческих услуг. Наиболее популярны сегодня аукционы, финансовые, банковские услуги, туристические, медицинские, страховые, информационные услуги, онлайн-оплата счетов.

Не менее популярны онлайн-брокерские услуги.

Онлайновые услуги по работе со счетами предлагают своим клиентам практически все банки США.

Оборот туристических услуг в Интернет, таких, как заказы туров, авиабилетов, бронирование гостиниц и автомобилей, оформление экскурсий и т.п.

Чуть хуже обстоит дело с услугами страхования. Исследование компании Booz-Allen & Hamilton показало, что страховые компании неохотно вкладывают деньги в Интернет.

Примерно также обстоит дело и с услугами информационных агентств - объемы здесь небольшие, и основная доля приходится на информацию "для взрослых".

## **Преимущества ведения бизнеса в ИНТЕРНЕТЕ:**

Участие в электронном бизнесе имеет много положительных сторон:

- повышение эффективности производственных процессов;
- сокращение оборотных фондов, относительная дешевизна использования;
- возможность исключить посредников;
- независимость от границ и налогов государства;
- огромная потенциальная аудитория;
- применение индивидуального маркетинга и агрегирования;
- круглосуточные продажи;
- интерактивное общения с покупателем, способность мгновенно реагировать на спрос;
- подробная информация о предлагаемых товарах и услугах;
- возможность моментальной оплаты, стимулирование "импульсивных".

В отношении использования электронного магазина преимущества также очевидны:

- открытие магазина в кратчайшие сроки;

- сокращение издержек на аренде торговых площадей;
- уменьшение издержек на торговом оборудовании, содержании штата сотрудников;
- отсутствие согласований и затрат на лояльные отношения с различными инстанциями;
- расширение зоны охвата бизнеса;
- круглосуточные каналы реализации;
- представление всего ассортимента товаров или спектра услуг и полной информации о них.

Одна из выигрышных сторон электронной коммерции - возможность использовать индивидуальный маркетинг.

Возможности электронной коммерции вносят следующие новые качественные элементы в современный бизнес:

- рост конкуренции;
- глобализацию сфер деятельности;
- персонализацию взаимодействия;
- сокращение каналов распространения товаров;
- экономию затрат.

Рост конкуренции:

Современный бизнес характеризуется постоянным ростом глобальной конкуренции и повышением уровня требований заказчиков.

Глобализация сфер деятельности:

Интернет значительно изменяет пространственный и временной масштабы ведения коммерции. Интернет- глобальное средство коммуникации, не имеющее каких-либо территориальных ограничений, при этом стоимость доступа к информации не зависит от удаленности от нее, в противоположность традиционным средствам, где эта зависимость прямо пропорциональна.

Персонализация взаимодействия:

Используя средства электронного взаимодействия, компании могут получать подробную информацию о запросах каждого индивидуального заказчика и автоматически предоставлять продукты и услуги, соответствующие индивидуальным требованиям.

Сокращение каналов распространения товаров:

Во многих случаях электронная коммерция позволяет существенно сократить путь товара от поставщика к заказчику. Товары успешно доставляются непосредственно от производителя потребителю.

Экономия затрат:

Одним из главных достижений электронной коммерции является экономия затрат при совершении сделки и ее последующем обслуживании.

## **Ключевые проблемы в области виртуальных продаж:**

Для полной реализации потенциала электронной коммерции должно быть решено несколько проблем:

1. Глобализация;
2. Договорные и финансовые проблемы;
3. Права собственности;
4. Секретность и безопасность;
5. Совместимость информационных систем;
6. Несовершенство законодательства.

Только при решении данных проблем представляется возможным оптимизировать функционирование системы электронного бизнеса.

## **Заключение:**

Электронная коммерция становится важной составляющей жизни современного развитого общества. Простота осуществления заказов, скорость поиска

необходимых товаров и услуг, широкий выбор предоставляемой продукции - вот тот небольшой перечень преимуществ электронных продаж по сравнению с традиционной покупкой в магазинах, ради которого им все больше и больше отдается предпочтение.

В связи с этим востребовано усовершенствование компьютерных технологий, которое ведет не только к упрощению использования системы виртуальных заказов, но и к улучшению качества осуществления операций, к повышению надежности оказываемых посредством ИНТЕРНЕТ услуг.