



Введение

Актуальность работы. Стремительное развитие информационных технологий обусловило, вне всякого сомнения, возникновение целого множества явлений в самых разных областях жизнедеятельности современного человечества. Для экономической сферы таким феноменом стала электронная коммерция.

Появление и развитие сети Интернет, совершенствование информационных технологий, систем, и стандартов их взаимодействия привели к созданию нового направления современной коммерции - электронной коммерции, как особой формы бизнеса, реализующейся в значительной степени посредством внедрения информационных технологий в процессы производства, продаж и распределения товаров и услуг.

Интернет-торговля (электронная коммерция, e-commerce) - термин, используемый для обозначения коммерческой активности в сети Интернет. Обеспечивает возможность осуществления покупок, продаж, сервисного обслуживания, проведения маркетинговых мероприятий путем использования компьютерных сетей. В широком смысле электронная коммерция - это предпринимательская деятельность по осуществлению коммерческих операций с использованием электронных средств обмена данными.

Объект работы электронная коммерция в современных компаниях на примере интернет магазина.

Предмет работы электронная торговля как прогрессивная форма торговли.

Цель данной работы - изучить тенденции и перспективы развития электронной торговли, развития онлайн и офлайн торговли.

Структура работы. Работа состоит из введения, основной части, заключения и списка литературы.

Основная часть: Тенденции развития онлайн и офлайн торговли.

Появление глобальных сетей связи, и в первую очередь - Интернет, привело к настоящей революции в области организации и ведения коммерческой деятельности. Преобразования коснулись как внешних отношений между компаниями и их партнерами или клиентами, так и внутренней структуры самих компаний. Появились не только новые направления ведения бизнеса, но и принципиально изменились уже существующие.

Электронная торговля в виртуальном магазине основывается на той же структуре, что и традиционная торговля. Ниже в таблице 1 приведено сравнение традиционного магазина и Интернет - магазина.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика традиционной и электронной торговли

Традиционный магазин	Виртуальный магазин
Торговый зал	Виртуальный магазин
Ходьба покупателя по торговому залу и осмотр товаров на полках Магазина	Просмотр покупателем страниц сервера
Личный контакт покупателя с продавцом (консультация)	Консультация у продавца (при необходимости) по компьютерной сети или по телефону
Выбор покупателем товара	Выбор покупателем товара
Заказ товара	Заказ товара через сервер
Выписка продавцом и вручение покупателю счета на оплату	Пересылка продавцом по компьютерным сетям покупателю счета на оплату

Оплата покупателем счета на товар в кассе магазина наличными деньгами или банковской картой

Оплата покупателем счета по какой-нибудь системе электронных платежей (банковская карта, электронный чек, цифровые деньги, электронные деньги)

Перевод традиционной торговли в сеть Интернет делает ее более гибкой, так как электронная торговля, оперируя цифровой информацией в компьютерных сетях, облегчает сотрудничество людей.

Таблица 2 – Особенности Интернет-магазинов и традиционных магазинов

Преимущества	Online (Интернет-магазины)	Offline (традиционные магазины)
Экономия времени	+	-
Возможность оплаты наличными	+	+
Возможность оплаты за безнал	+	+
Возможность рассрочки и кредита	+	+
Обширный выбор	неограниченное количество товара	ограниченное количество товаров
Возможность посмотреть на товар в живую	- (только в момент доставки)	+

Возможность изучить товары в любое время	+	- (только во время работы магазина)
Доставка	+	-

Чем же Интернет-магазин может быть интересен для предпринимателя?

Во-первых, для Интернет-магазина не требуется помещение под обычный магазин, а нужен всего лишь склад для хранения товара, что помогает существенно экономить на аренде помещения.

Во-вторых, не надо платить немалые суммы за освещение, отопление, водоснабжение и другие коммунальные услуги. Не надо платить зарплату продавцам, администратору, бухгалтеру магазина. Конечно, это огромная экономия и значительное преимущество Интернет-магазинов перед обычными магазинами[1].

Такая существенная экономия финансовых средств позволяет предпринимателю снизить цену на товары, увеличивая тем самым приток клиентов. И, как следствие, доход владельца Интернет-магазина растет на глазах.

Увеличение дохода, в свою очередь, дает возможность предпринимателю постоянно расширять ассортимент товара, делая свой Интернет-магазин еще привлекательней и популярней у покупателей.

И тем, обычные магазины теряют своих клиентов, т.к. они не могут конкурировать с Интернет-магазинами. Интернет постоянно развивается, и все больше людей проводят свободное время в глобальной сети.

Заключение

Стремительное развитие информационных технологий и глобальной сети Интернет, возникновение электронных рынков и новых бизнес - моделей, взлет котировок акций Интернет компаний заставляют поверить в необычные свойства электронных рынков.

Постулат о том, что электронные рынки более эффективны по сравнению с традиционными, практически не подвергается сомнению. Однако первые эмпирические исследования электронных рынков показывают, что далеко не все виртуальные рынки обладают преимуществами перед реальными.

Проблема относительно рыночных долей и ценового сговора - явного или неявного - не является сугубо теоретической. Однако, анализируя проведенную выше работу, мы предполагаем, что электронные рынки облегчают ценовой сговор по сравнению с традиционными.

Таким образом, основными направлениями развития электронной торговли видятся: нацеленность на большее количество посещений; увеличение числа и стоимости покупок; расширение доли мобильных продаж, предполагающих использование нестационарных устройств; разработка правовой базы, регламентирующей безопасность платежей; повышение уровня компетентности в области ИКТ населения страны; оптимизация использования поисковых систем, повышающая общее количество посещений интернет-магазинов, обеспечивающая эффективное использование мобильных приложений и поиск лучшей цены. Развитие электронной коммерции опосредует расширенное воспроизводство на новой материальной основе. В этом ключе повышается доступность информации и знаний, трансформируя их в товарные формы.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 29.12.2014) "О национальной платежной системе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2015) // Собрание законодательства Российской Федерации от 4.07.2011. — № 27.
2. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О персональных данных" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // Собрание законодательства Российской Федерации от 31.07.2006. — № 31 (Ч. 1).
3. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт" // Собрание законодательства Российской Федерации от 26.05.2006. — № 21.
4. Авдеева Е.А. Перспективы развития электронной коммерции в Российской Федерации // Молодой ученый. — 2015. — №21.
5. Дианова Т.В. Электронная торговля в системе экономических отношений современного рыночного хозяйства: автореф ... канд. экон. наук.— М., 2013.
6. Климченя Л.С. Электронная коммерция: Учеб. пособие. - М.: Выш. шк., 2014.

7. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учеб. пособие / Под ред. С.В. Пирогова. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К, 2013.
8. Смирнов С.Н. Электронный бизнес. - М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2013.
9. Статистика интернет-торговли в странах мира.
URL:<http://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/statistika-internet-torgovli-v-stranakh-mira>.
10. Эймор, Д. Электронный бизнес. Эволюция и/или революция. - М.: Вильямс, 2015.

1. <http://www.krugovorot.org/> [↑](#)