

Электронная коммерция

Выполнила Наконечная А.П.
группы МЭНЖ № 12 курса 1.
.Преподаватель Руднева Ольга Алексеевна

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

(от англ. e-commerce) — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые операции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких операций.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В 1960 американские компании American Airlines и IBM приступили к созданию системы автоматизации процедуры резервирования мест на авиарейсы.

Система SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment) делала воздушные перелёты более доступными для рядовых пассажиров, помогая им ориентироваться в тарифах и рейсах.

За счёт автоматизации процесса расчёта тарифов при резервировании мест снижалась стоимость услуг.

Так был создан самый первый опыт создания системы электронной коммерции.

К ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ОТНОСЯТ:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFS),
- электронную торговлю (e-trade),
- электронные деньги (e-cash),
- электронный маркетинг (e-marketing),
- электронный банкинг (e-banking),
- электронные страховые услуги (e-insurance).

УЧАСТНИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА



Покупатель

Банк-эмитент

Продавцы

Банки-эквайеры

Платежная система

Интернет

**Традиционная
платежная
система**

**Процессинговый
центр платежной
системы**

**Расчетный банк
платежной
системы**

ВИДЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ



ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- увеличивается оперативность получения информации, особенно при международных операциях
- сокращается цикл производства и продажи, т.к. больше нет необходимости каждый раз вводить полученные документы, к тому же снижается вероятность возникновения ошибок ввода
- снижаются затраты, связанные с обменом информацией за счет использования более дешевых средств коммуникаций
- использование интернет-технологий электронной коммерции позволяет компании стать более открытой по отношению к клиентам
- позволяет легко и быстро информировать партнеров и клиентов о продуктах и услугах
- позволяет создавать альтернативные каналы продаж, например, через электронный магазин на корпоративном сайте

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РОССИИ



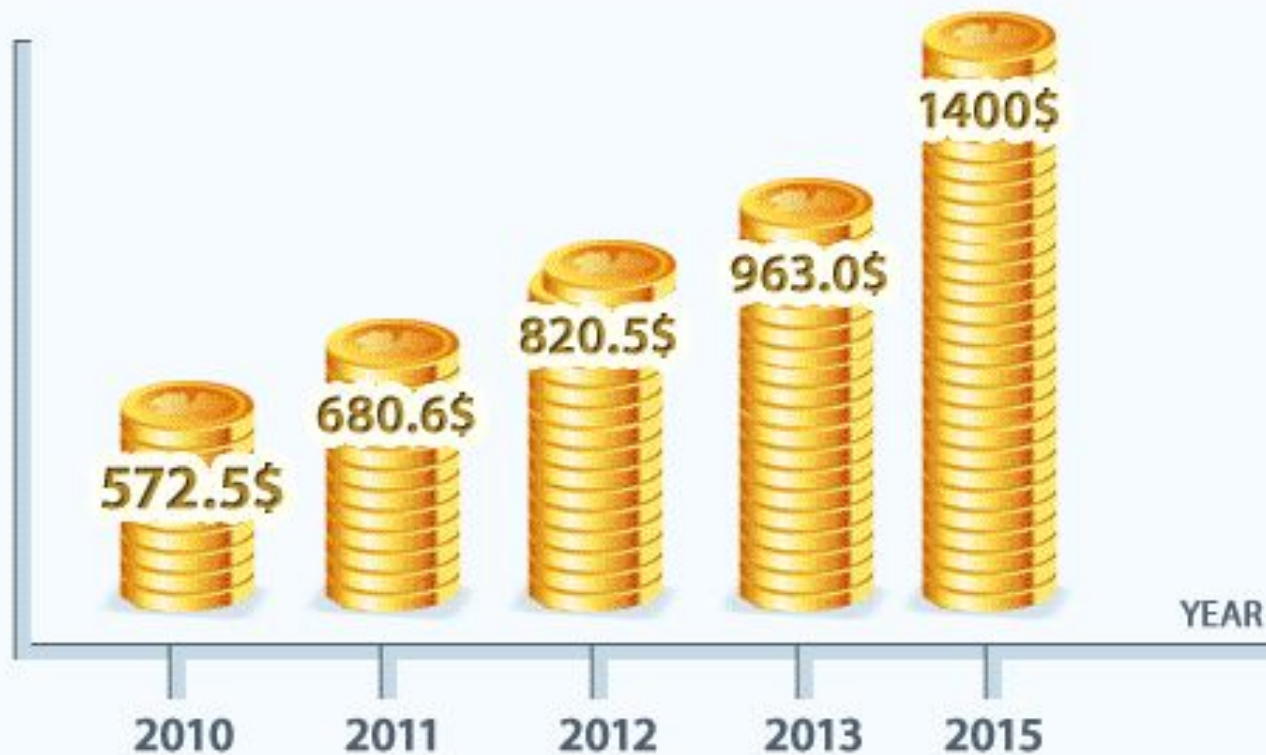
Сам рынок обещает вырасти в 2 раза за ближайшие четыре года. На данный момент онлайн-продажи составляют всего 1,5% от всех продаж в России (в среднем по ЕС этот показатель составляет 5,7%, а в США — 6,4%). Объем рынка электронной коммерции в России достигнул в 2011 году объема в 680 миллиардов рублей, а аудитория самих интернет-магазинов — 14 миллионов пользователей.

КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В РУНЕТЕ ДОСТИГАЕТ 30 000

На 2011 год в России насчитывается порядка 30 000 интернет-магазинов, большая часть из которых находится в регионах страны.

За год, в среднем, закрывается около 10% интернет-магазинов, но на их место приходит 20-30% новых компаний.

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ДО 2015 Г. (МЛРД. РУБ)



Основное преимущество **электронных кошельков** в том, что они дают возможность совершать микроплатежи в режиме онлайн – погашать кредиты, оплачивать Интернет, услуги операторов мобильной связи и т.д. Клиенты банка могут выбирать, каким способом оплачивать счета – бесплатно пополнив свой кошелек или напрямую.



The logo for e-gold, with the text "e-gold" in a bold, black, sans-serif font, enclosed in a yellow rectangular frame.

The logo for Яндекс ДЕНЬГИ, featuring the text "Яндекс" in red and "ДЕНЬГИ" in black, with an orange icon of a wallet or card.

The logo for Western Union, with the text "WESTERN UNION" in yellow, bold, sans-serif font on a black background.

The logo for RBK Money, featuring a stylized icon of three vertical bars (two green, one grey) and the text "RBK Money" in grey and green.

The logo for QIWI кошелек, featuring an orange speech bubble icon with a white mouse cursor and the text "QIWI кошелек" in blue and orange.

The logo for moneta ru, featuring the text "moneta ru" in blue, with a vertical yellow bar representing a coin.

СПОСОБЫ ОПЛАТЫ В РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ- МАГАЗИНАХ



ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ ДОЛЖНЫ ОБЕСПЕЧИВАТЬ:

- безопасность платежа для покупателя
- привязку к пластиковым картам (т.е. платежная система обеспечивает сам платеж и в тоже время скрывает от продавца данные пластиковой карты покупателя – это одна из задач платежной системы)
- удобство и простоту оплаты покупателем покупки и если процесс оплаты будет сложным, то это будет отталкивать некоторую часть покупателей. (т.е. чем удобнее и проще процесс оплаты, тем больше покупок, а значит и прибыли)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ

77% - продажи и маркетинг

67% - управление кадрами

60% - закупки и логистика;

67% - быстрое продвижение
продукции на рынке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Сегодня лишь немногие сомневаются в потенциале и перспективах развития межфирменной электронной коммерции (сферы «бизнес - бизнес», или B2B).

Проведенный недавно агентством «Эксперт РА» опрос показал, что 89% российских производителей либо уже осуществили значительные инвестиции в развитие информационных технологий, либо собираются это сделать в ближайшее время. Так что перспективы у электронной коммерции в России есть, и это не может не радовать.