Министерство образования и науки РФ

Федеральное агенство по образованию

Санкт-Петербургский университет сервиса и экономики

Реферат

по дисциплине «Информационные системы в экономике»

на тему

Электронная коммерция в интернет торговле

Работу выполнила студентка

3 курса заочного отделения

Группы 0604 финансы и кредит

Корнилова Екатерина Германовна

Проверил:

Санкт-Петербург, 2011

**Введение**

Еще несколько лет назад сеть Internet использовалась в основном только для обмена почтовыми сообщениям 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", сформулированные в специальном документе администрации президента США, 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.

Начиная с середины 90-х годов во всем мире наблюдается рост активности в области онлайновой 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 (Electronic Data Interchange - 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. Отметим также, что, несмотря на то, что WWW является технологической базой электронной коммерции, в ряде систем используются и другие коммуникационные возможности. Так, запросы к продавцу для уточнения параметров товара или для оформления заказа могут быть посланы и через электронную почту.

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. Это утверждение имеет юридические последствия. К примеру, подобные операции в США освобождены от налога с продаж. Если какой-нибудь американский Web-узел, позволяющий делать заказы через Интернет, решил бы взимать оплату за товар наличными деньгами при его доставке курьером, то он должен был бы включать в стоимость товара налог с продаж. Смысл понятен: государство заинтересовано сделать финансовые потоки безналичными и прозрачными, а также стимулировать более быстрое обращение денег в экономике и уменьшение накладных расходов. Из всего сказанного ясно, что 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" (В2В) и "бизнес - потребитель" (В2С), где ключевым моментом является взаимодействие через Web-броузер, а EDI - технологии не используются или их применение носит вторичный характер.

Системы электронной коммерции позволяют покупателю не общаться с продавцом, не тратить время на хождение по магазинам, а также иметь более полную информацию о товарах <http://www.wmz-shop.com.ua>. Продавец же может быстрее реагировать на изменение спроса, анализировать поведение покупателей, экономить средства на персонале, аренде помещений.

Главные преимущества для продавца состоят в расширении круга покупателей, в который сразу попадают те компании, которые не в состоянии из-за большой стоимости внедрить EDI, в возможности использовать информационные технологии для осуществления продаж конечным потребителям, то есть выйти на рынок "бизнес - потребитель", а также в устранении возможных посредников в торговле.

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:

\* бизнес-бизнес (B2B);

\* бизнес-потребитель (B2C);

\* бизнес-администрация (B2A);

\* потребитель-администрация (C2A);

\* потребитель-потребитель (C2C).

*Бизнес-бизнес*

Данная категория включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями. Например: дилер получает возможность самостоятельно размещать заказы и следить за ходом их исполнения, работая с базами данных поставщика.

*Бизнес-потребитель*

Основу этой категории составляет электронная розничная торговля. Например: электронный магазин.

*Бизнес-администрация*

Данная категория включает в себя взаимодействие бизнеса и администрации. Например: международные организации используют Интернет для закупок товаров и услуг.

*Потребитель-администрация*

Данная категория включает в себя взаимодействие государственных структур и потребителей. Например: налоговая сфера.

*Потребитель-потребитель*

Основу этой категории составляет возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информации. Например: Аукционная торговля между физическими лицами.

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

- В последнее время концепция "электронных магазинов" становится все более популярной за рубежом. Обычно "электронный магазин" представляет собой Web-site на котором имеется каталог товаров, виртуальная "тележка" покупателя, на которую "собираются" товары, а также средства оплаты - по предоставлению номера кредитной карточки по сети Internet или по телефону. Отправка товаров покупателям осуществляется по почте или, в случае покупки электронных товаров (например, программного обеспечения) по каналам электронной почты или непосредственно через Web-site по сети Internet.

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 (несколько центов). Этот вид бизнеса получил развитие в связи с широким распространением технологии Java, предполагающей, что необходимые для выполнения задач программные компоненты подкачиваются по сети непосредственно с Web-сервера.

Традиционной услугой в области электронной коммерции является продажа информации, например, подписка на базы данных, функционирующие в режиме on-line. Этот вид услуг уже достаточно распространен в России, например, базы данных "Гарант-Парк", "Россия-он-Лайн" и др.

Наконец сегодня начинает набирать обороты новый вид электронной коммерции - электронные банки. Среди основных преимуществ электронных банков можно отметить относительно низкую себестоимость организации такого банка (не нужно арендовать престижные здания, не нужны хранилища ценностей и т.д.) и широчайший охват клиентов (потенциальным клиентом электронного банка является практически любой пользователь Internet). За счет этого электронный банк может предоставлять клиентам более выгодные, чем у обычного банка проценты, и предоставлять за более низкую плату больший спектр банковских и других услуг. Естественно, что электронный банк имеет собственные системы безопасности и защиты электронной информации, такие, как специальные карточки - генераторы случайных паролей, синхронизируемых с паролем на банковском сервере. Это позволяет создавать уникальный пароль при каждом обращении клиента к банковскому серверу. Другой, менее дорогостоящий подход, связан с использованием персональных смарт-карт, также позволяющих генерировать сессионные ключи. Для большей степени защиты дополнительно могут использоваться и средства биометрической идентификации пользователя.

**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.

Несмотря на увеличивающийся интерес к виртуальным продажам, в сфере электронной коммерции и сегодня существует множество проблем, которые осложняют нормальное осуществление операций, соблюдение прав заключающих электронный договор сторон.

Предпринимаются попытки решения этих проблем, и в первую очередь это важно сейчас, когда перспективы увеличения доли электронных продаж в общем объеме рынка на современном этапе развития бизнеса столь велики.

**Использованные источники**

1. <http://crn.ru>
2. <http://skyfamily.ru/idea/3/348/_1.htm>
3. <http://www.citforum.tula.ru/marketing/articles/art_1.shtm>
4. <http://www.parking.ru/ecommerce.asp>
5. <http://www.proms.ru/book-wicommerce_theory.html>
6. <http://zp.iatp.org.ua/e-commerce/index4.htm>

**Содержание**

Введение

Понятие электронной коммерции

Категории и виды электронной коммерции

Заключение

Использованные источники