

Тема лекции:
«Электронная коммерция»

<http://egipko.narod.ru>

Базовые понятия

Электронная коммерция (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.

Е-коммерция — это бизнес, в котором реализованная перспективная идея дает мощную финансовую отдачу, это процесс, который требует относительно малого штата специалистов, но который можно легко масштабировать и вести по всей России, выводить в другие страны, на общемировой рынок.

Основные секторы электронной коммерции (начало)

C2C

Для взаимодействия конечных потребителей с конечными потребителями (C2C, *customer-to-customer*) используются электронные торговые площадки («барахолки»), которые характеризуются преобладанием лотов на продажу. В данном случае сайт выступает в роли посредника между покупателем и продавцом.

Например: Молоток.Ру, Из рук в руки, auto.ru, ebay.com и др.

B2C

B2C (*Business-to-Consumer*) - термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией (*Business*) и частным, так называемым, "конечным" потребителем (*Consumer*). Часто используется для описания деятельности, которую ведёт предприятие, т.е., в данном случае, - продажа товаров и услуг, непосредственно предназначенных для конечного использования. Один из наиболее популярных инструментов B2C - Интернет-магазин.

Основные секторы электронной коммерции (окончание)

B2B

B2B (англ. *Business to Business*) — термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае — это юридические лица. B2B – сокращение от английских слов «*business to business*», в буквальном переводе – бизнес для бизнеса.

B2G

B2G-системы электронной торговли применяются и для взаимодействия государства с бизнесом. Через такие системы государственные учреждения и ведомства осуществляют свои закупки на открытом рынке.

Виды электронной коммерции:

электронный обмен информацией (*Electronic Data Interchange, EDI*),

электронное движение капитала (*Electronic Funds Transfer, EFS*),

электронная торговля (*e-trade*),

электронные деньги (*e-cash*),

электронный маркетинг (*e-marketing*),

электронный банкинг (*e-banking*),

электронные страховые услуги (*e-insurance*).

Преимущества электронной коммерции:

Для организаций:

1. Глобальный масштаб
2. Сокращение издержек
3. Улучшение цепочек поставок
4. Бизнес всегда открыт (24/7/365)
5. Персонализация
6. Быстрый вывод товара на рынок
7. Низкая стоимость распространения цифровых продуктов

Преимущества электронной коммерции:

Для потребителей:

1. Повсеместность
2. Анонимность
3. Большой выбор товаров и услуг
4. Персонализация
5. Более дешевые продукты и услуги
6. Оперативная доставка
7. Электронная социализация

Недостатки электронной коммерции:

Для организаций:

1. Возможные сомнения сторон по поводу принадлежности того или иного проекта к компании (негативная анонимность)
2. Некоторая сложность в ведении и узаконивании деятельности предприятия в интернете

Для потребителей:

1. Недоверие потребителя к услугам, продаваемым посредством интернета
2. Невозможность «потрогать» товар руками
3. Ожидание доставки приобретенной продукции

Виды электронных магазинов

1. Электронная витрина с каталогом товаров
2. Торговая площадка для сектора B2B
3. Полнофункциональный электронный магазин
4. Торговые ряды с предоставлением в аренду готовых электронных магазинов

Этапы покупки товаров в e-магазине:

1. Вход в магазин – на стартовую страницу веб-сайта
2. Ознакомление с ассортиментом товаров, поиск конкретных товаров
3. Выбор и оценка товара до покупки
4. Складывание товаров в виртуальную корзину с оценкой стоимости покупки
5. Выбор способа доставки товара
6. Выбор вида оплаты покупки
7. Регистрация покупателя
8. Подтверждение покупки
9. Получение товара и его оценка после покупки