

Социальные аспекты электронной коммерции и современность

Выполнила: Москалева Екатерина, студентка I курса
социологического факультета МГУ
им. М.В. Ломоносова.

Руководитель: Плотинский Юрий Менделеевич,
доцент, кандидат технических наук

Электронная коммерция – предпринимательская деятельность по осуществлению коммерческих операций с использованием электронных средств обмена данными.

Электронная коммерция –
термин, используемый для
обозначения коммерческой
активности в сети Интернет,
которая обеспечивает возможности
осуществления покупок, продаж,
сервисного обслуживания, проведения
маркетинговых мероприятий путем
использования компьютерных сетей.



История появления электронной коммерции

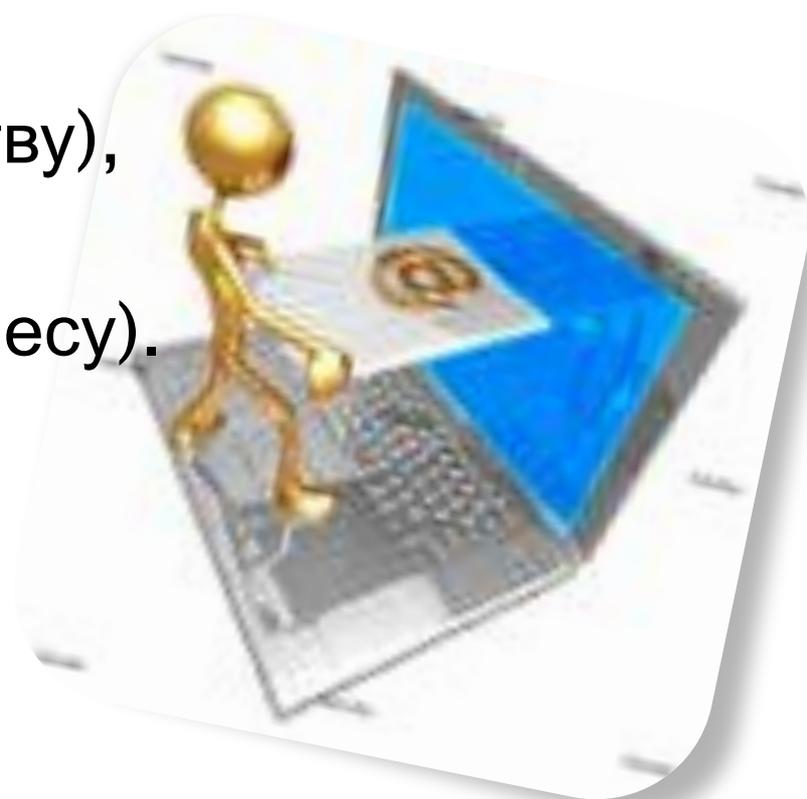
Электронная коммерция на сегодняшний день имеет хоть и непродолжительную, но очень богатую событиями историю. Предпосылкой для появления электронной коммерции стал переход США от индустриального к постиндустриальному этапу развития экономики, когда основным продуктом в экономике становится не товар, а услуга, а сам товар уже не рассматривается отдельно от организации его продажи и обслуживания.



Электронный бизнес

Направления электронного бизнеса:

- B2C (бизнес клиенту),
- B2B (бизнес бизнесу),
- B2G (бизнес государству),
- C2C (клиент клиенту),
- G2B (государство бизнесу).



Компоненты электронной коммерции

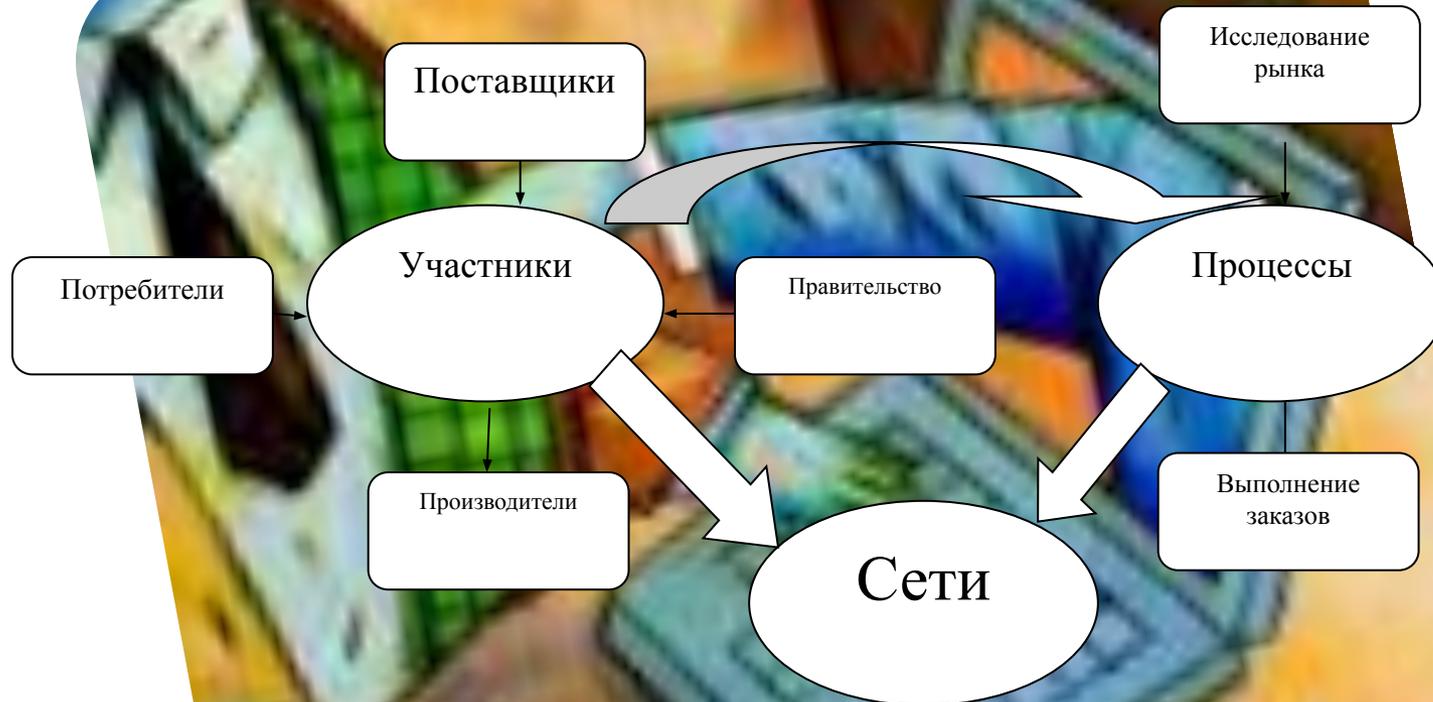
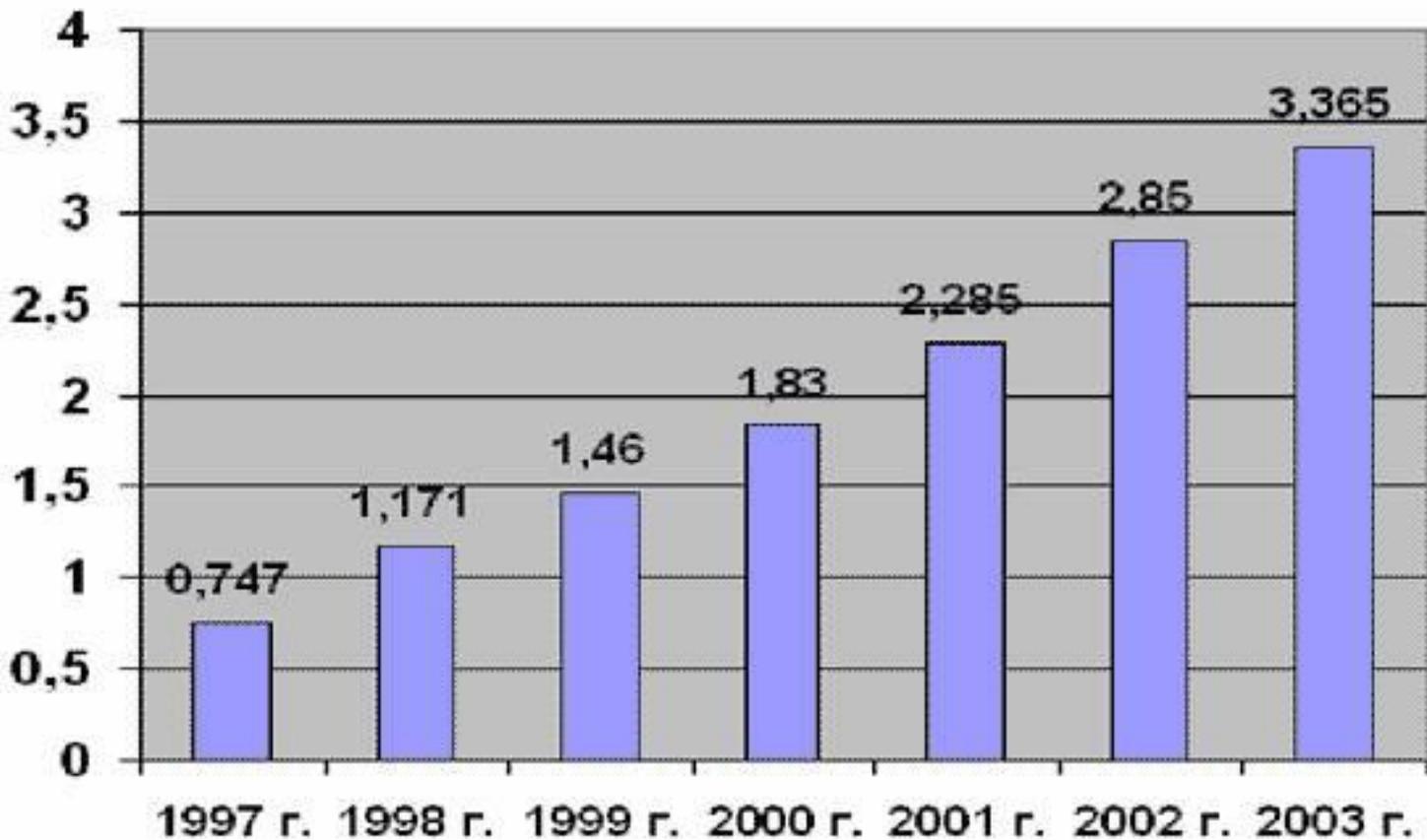


Рис. 1 Компоненты электронной коммерции

Электронная коммерция в России



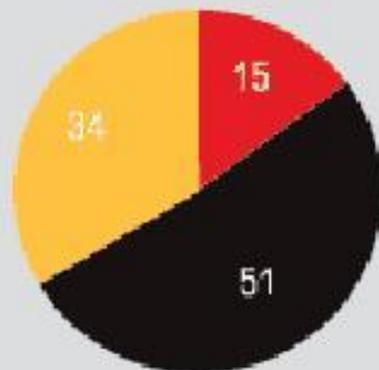
Активная интернет-аудитория в России, млн. чел.

Структура рынка электронной коммерции

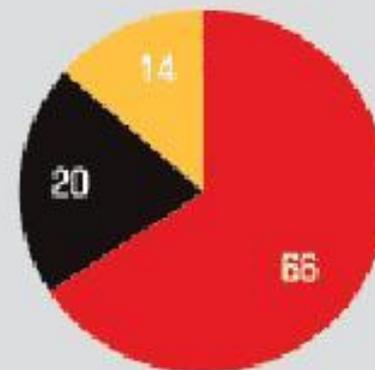
За год основным сегментом рынка электронной торговли стали государственные закупки

Структура рынка электронной коммерции в России, %

2003 год



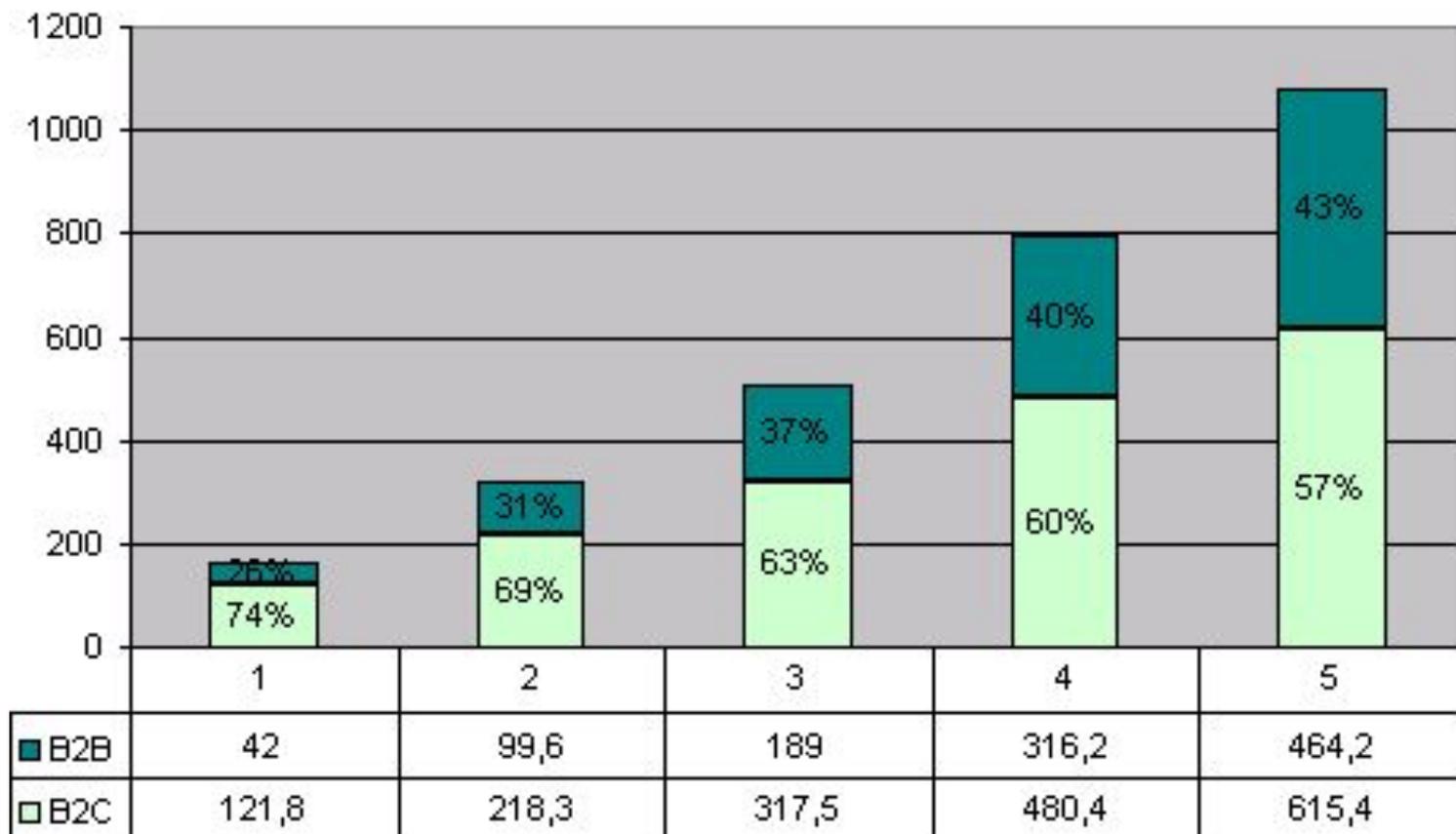
2004 год



■ business to business ■ business to customers ■ business to government

Источник: АЦ «Эксперт-Урал»

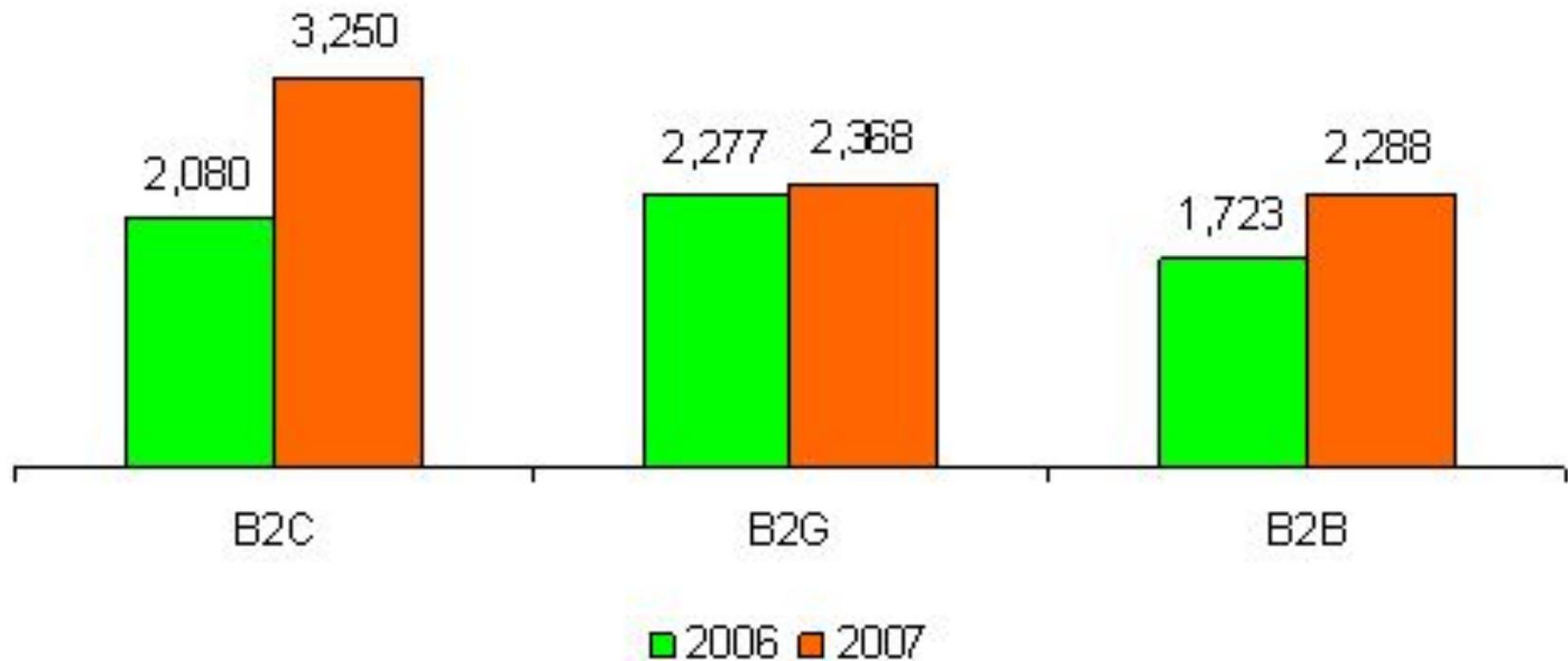
Оборот электронной коммерции в России



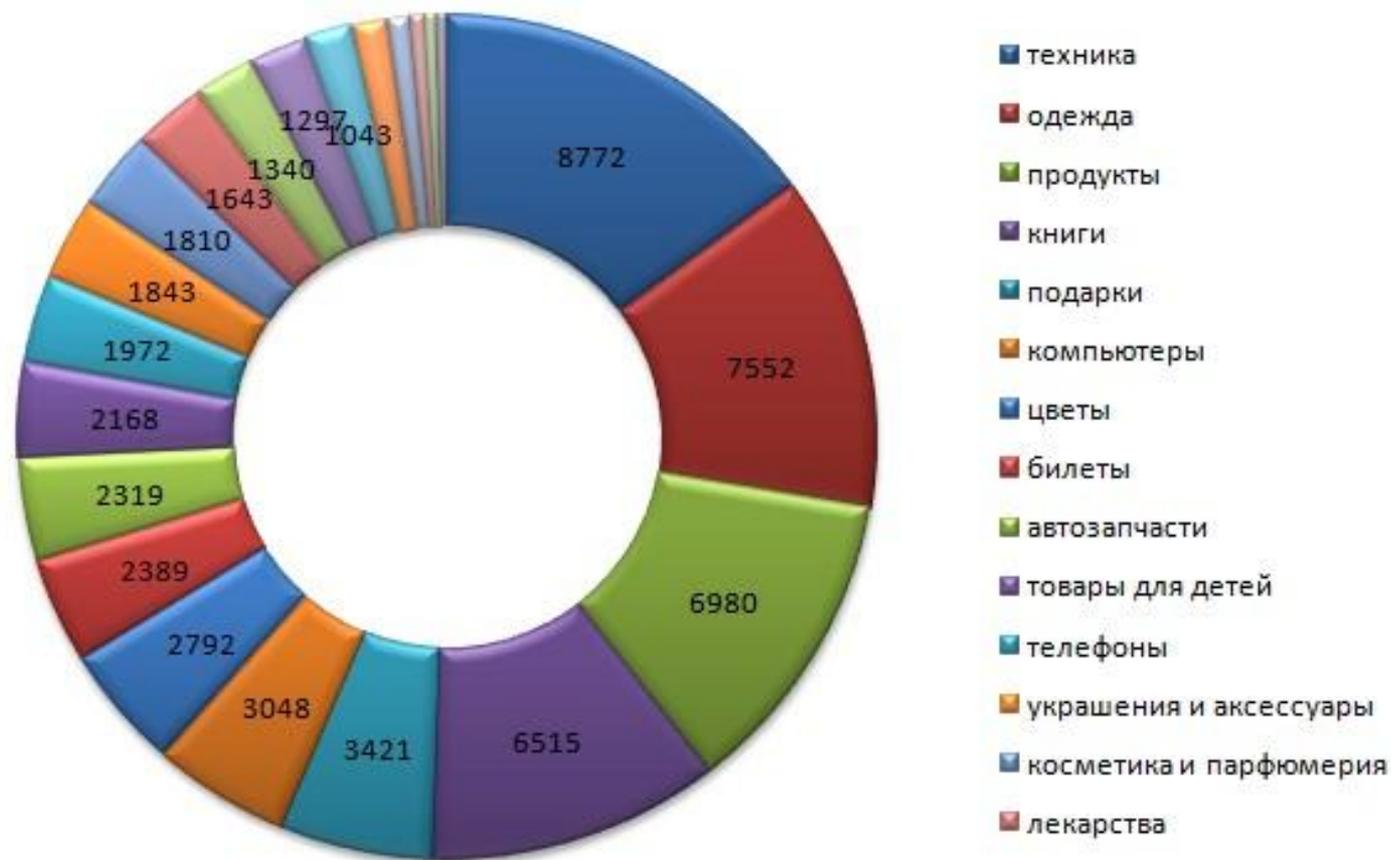
Динамика роста сегментов российской электронной торговли (\$ млрд) за

2006 - 2007 гг.

Динамика роста сегментов российской
электронной торговли (\$ млрд), 2006-2007

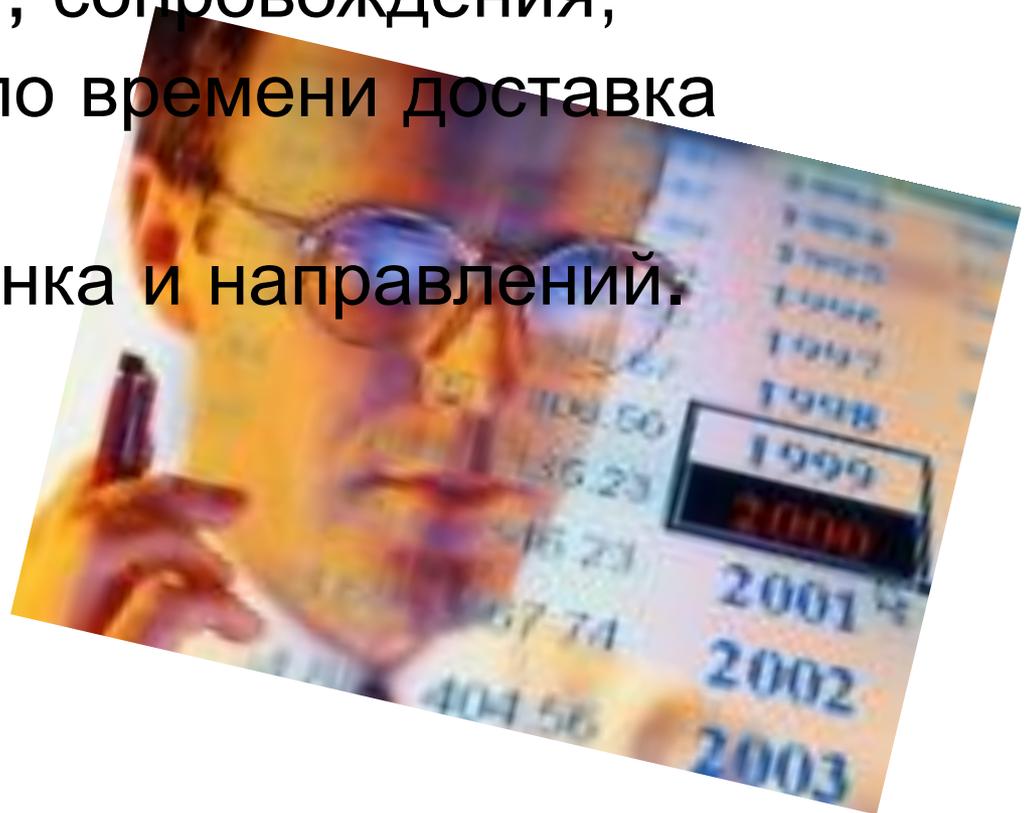


Рынок электронной коммерции в России на конец 2009 – начало 2010 гг.



Недостатки электронной коммерции

- наличие ограничения количества информации;
- проблема гарантии, сопровождения;
- продолжительная по времени доставка товара;
- ограниченность рынка и направлений.



Преимущества электронной коммерции

- заключение сделки «не выходя из дома»;
 - возможность осуществления поиска товара, просмотра характеристики и нахождение аналогичных предложений;
 - неограниченность ассортимента;
 - более низкие цены;
 - снижение себестоимости за счет сокращения транспортных расходов;
 - независимость от третьих лиц;
 - безналичное получение денег;
 - упрощение взаимодействия с клиентами.
- 

Вывод:

- Электронная коммерция – это очень интересный, перспективный, динамично развивающийся сегмент рынка. Он обладает целым набором уникальных особенностей, несмотря на то, что в основе лежат общие принципы маркетинга.
- Электронный бизнес и коммерция прошли достаточно большой путь развития, со временем развивались технологии и формы взаимодействия бизнес субъектов, теперь с помощью электронных средств можно организовать значительную часть цикла заключения сделок.
- Современные средства позволяют качественно улучшить как процесс продаж, так и связанные с ним сопутствующие задачи, вплоть до оптимизации бизнес-процесса конкретной фирмы.

Источники

1. <http://mekoud.narod.ru>
2. <http://expert-ural./com>
3. <http://rnd.cnews.ru//>
4. <http://rev.cnews.ru/>
5. <http://startuppoinr.ru/>