



ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Лекция 1

Основные понятия и определения



УЧЕБНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Основные направления и виды электронного бизнеса
2. Электронная коммерция.
Ценность для покупателя и продавца
3. Краткая характеристика сетевых электронных магазинов



ЛИТЕРАТУРА

- 1.** Электронная коммерция: учеб. пособие: рек. Мин. обр. РФ / под общ. ред. Л. А. Брагина. - М. : Экономистъ, 2005.
- 2.** Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. Пособие. -М.: Дело, 2003, 2008, 2010.
- 3.** Кобелев О.А. Электронная коммерция : учеб. пособие рек. УМО/О.А.Кобелев. – 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.



УЧЕБНЫЕ ВОПРОСЫ

- **1. Основные виды электронного бизнеса**

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

ЭБ – это преобразование основных бизнес-процессов при помощи Internet-технологий.

ЭБ - это любая деловая активность, в которой все стороны деловых отношений, в частности, **продажи, маркетинг, платежи, финансовый анализ, поиск сотрудников, поддержка клиентов и партнеров** и др., перенесены в среду Internet.

ЭБ подразумевает:

- **внутреннюю организацию** компании на базе **единой информационной системы (КИС)**, повышающую эффективность взаимодействия сотрудников и стимулирующую процессы планирования и управления;
- **внешнее взаимодействие** с партнерами, поставщиками, клиентами.

Управление деятельностью предприятия

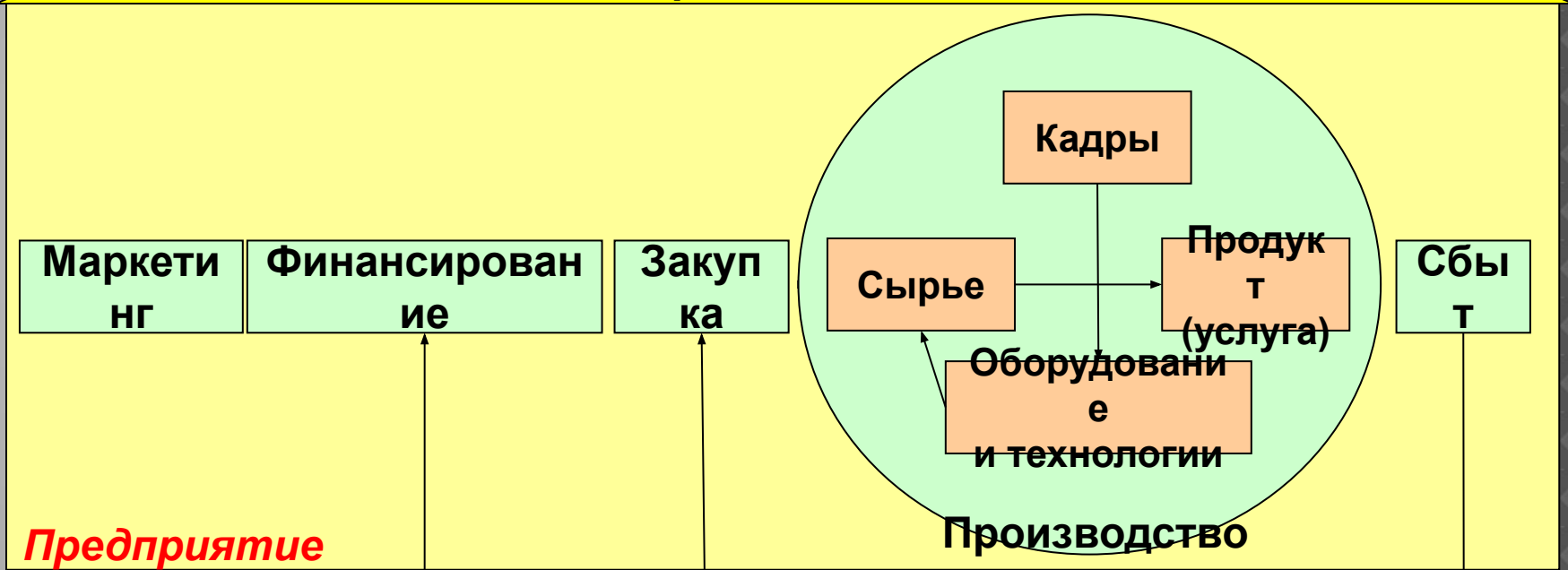
Уровни управления

Стратегический

и

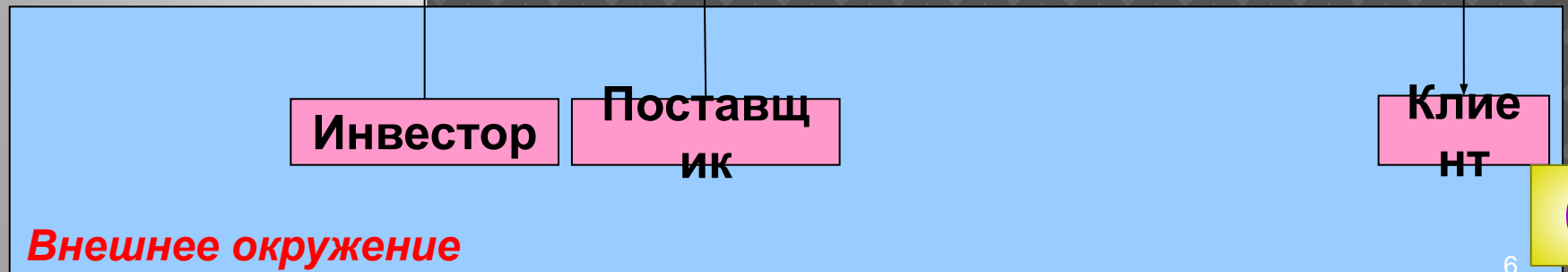
Тактический

Оперативный

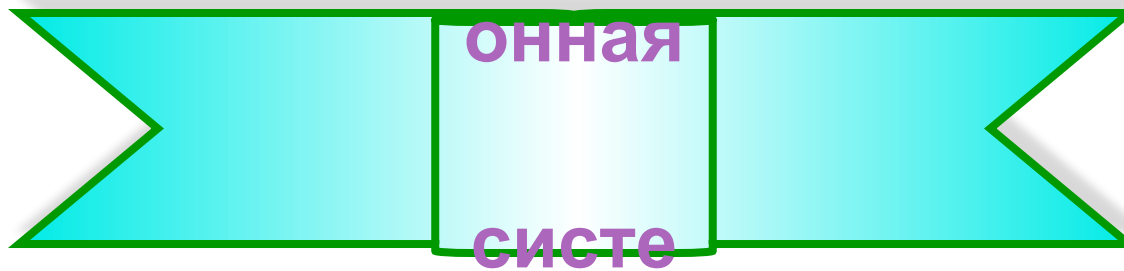


Предприятие

Производство



Внешнее окружение



Это взаимосвязанная совокупность **средств, методов и персонала**, используемых для **поиска, сбора, хранения, обработки и передачи** информации в интересах достижения поставленной цели



Это информационная система, построенная на основе **вычислительной (компьютерной) техники.**

Комплекс средств АИС

Правовое
Обеспечение

Организационное
Обеспечение

Эргономическое
Обеспечение

Лингвистическое
Обеспечение

Методическое
Обеспечение

Математическое
Обеспечение

Техническое
Обеспечение

Программное
Обеспечение

Информационное
Обеспечение

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

- **Торговые площадки** (Интернет-биржи, Аукционы, Каталоги товаров и услуг);
- **Электронное управление закупками и продажами** (**e – commerce**) или (**m – commerce**) - коммерция с помощью мобильного телефона;
- **Порталы** (Корпоративные, Информационные, Коммерческие, Персональные);
- **Организация, содержание и обслуживание общественных глобальных сетей** (осуществляется операторами сетей);
- **Финансовые услуги** (Онлайновые платежные системы (**e-cash**), Обменные пункты, Интернет-банкинг (**e-banking**), Онлайн – трейдинг (**e-trading**), т.е. фин. посредничество);

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

- **Инвестиционные фонды** (Консолидированные инвестиционные фонды или буферные фонды и Паевые инвестиционные фонды);
- **Интернет-магазины;**
- **Контент-проекты (e-content)** (действия по **визуальному наполнению сайта информацией** - бесплатной и востребованной для привлечения посетителей с целью ведения рекламного бизнеса);
- **Информационные посредники** (каталоги, рейтинги, поисковые системы);
- **Информационный бизнес в Интернет** (периодические Интернет – издательства, новостные сайты и т.д.);

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

- **Интернет-маркетинг (сбыт)** (Продвижение сайта в поисковых системах) (**e-marketing**)
- **Рекламный бизнес;**
- **Услуги связи** – электронная почта (**e-mail**) и средство общения (**e-telecommuting**);
- **WEB-мастеринг** (создание сайтов, веб-программирование, веб-дизайн, раскрутка сайтов);
- **Сетевой маркетинг** (форма ведения внемагазинной розничной торговли);
- **Разработка ПО и цифровых товаров;**
- **Услуги сервис-провайдеров** (поставщики сетевых услуг, поставщики хостинга, доменов);

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

- **Предоставление услуг** (дистанционное *обучение (e-education)*, сетевые библиотеки, электронное *здравоохранение* и оказание *медицинских* консультаций в сети (*e-health*), Интернет - консалтинг и т.д.);
- **Игорный бизнес в сети** (Виртуальные казино, Букмекерские конторы, Тотализаторы, Лотереи);
- **Биржи труда** (агентства по трудоустройству);
- **Партнерские программы** (Аффилат – программы и др., т.е. подчиненные программы, часть единого целого);
- **Интернет-франчайзинг**, т.е. передача права на определённый вид бизнеса или на товарный знак , бренд причем обязательно за плату (аренда по сути);
- **Интернет-лизинг** т.е. передача права на имущество (тоже аренда, по сути)

НАЧАЛО ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

1. Создание **личной рекламной Web-странички** на сервере провайдера (с картинками, фотографиями, видео, аудио, мультиками на основе MS W или MS PP);
2. Создание **своего Web-сервера:**
 - **физического (на ПК пользователя)**
 - **виртуального (на ПК узла сети);**
3. Создание **тематической Web-базы данных.**



УЧЕБНЫЕ ВОПРОСЫ

- **2. Электронная коммерция.
Ценность для покупателя
и продавца**

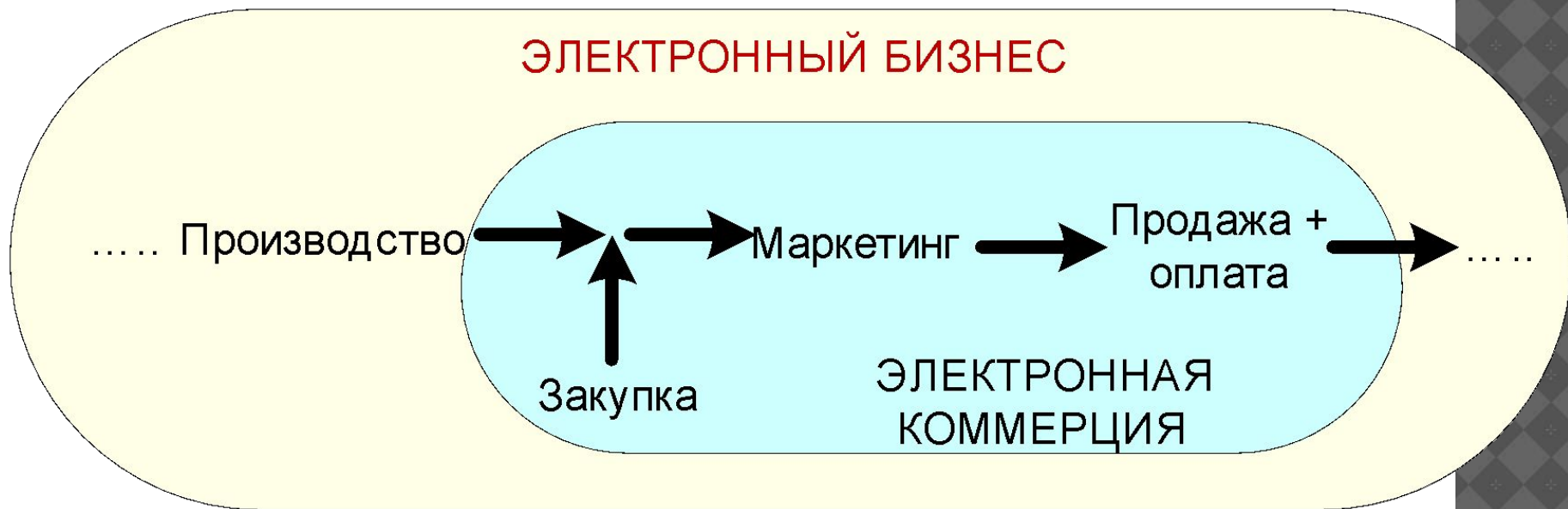
ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИЯ ЭК ОТ ЭБ

1. **Электронный бизнес** может как иметь, так и не иметь коммерческой составляющей;
2. **Электронная коммерция** - ограниченное проявление электронного бизнеса, представляющее собой маркетинг, продажу, приобретение товаров/услуг с использованием телекоммуникационных технологий;
3. **Электронный бизнес** поддерживает цепочку добавление потребительской стоимости, интегрируя в цепочки несколько компаний;
4. **Электронный бизнес** находится в сфере управления цепочками поставщиков и внутренней деятельности компании;

Электронная коммерция - это то, что делает Ваша компания, а **электронный бизнес** - это то, чем компания является.

(По материалам фирмы "ПрайсвотерхаусКуперс")

МЕСТО ЭК В ЭБ



Электронная коммерция (или, по-другому, **электронная торговля, e-business, сетевой бизнес, интерактивный бизнес, электронный бизнес, трейдинговые системы**) – это любая форма бизнес-процесса, в котором взаимодействие между субъектами сделки (**продавец-посредник-покупатель**) происходит электронным образом (с использованием Интернет-технологий).

Электронная коммерция – процесс покупки/продажи товаров или услуг, в котором весь цикл коммерческой транзакции или ее часть осуществляется **электронным** образом.

Электронная коммерция - это торговля через сеть Интернет при помощи компьютеров покупателя и продавца товара.

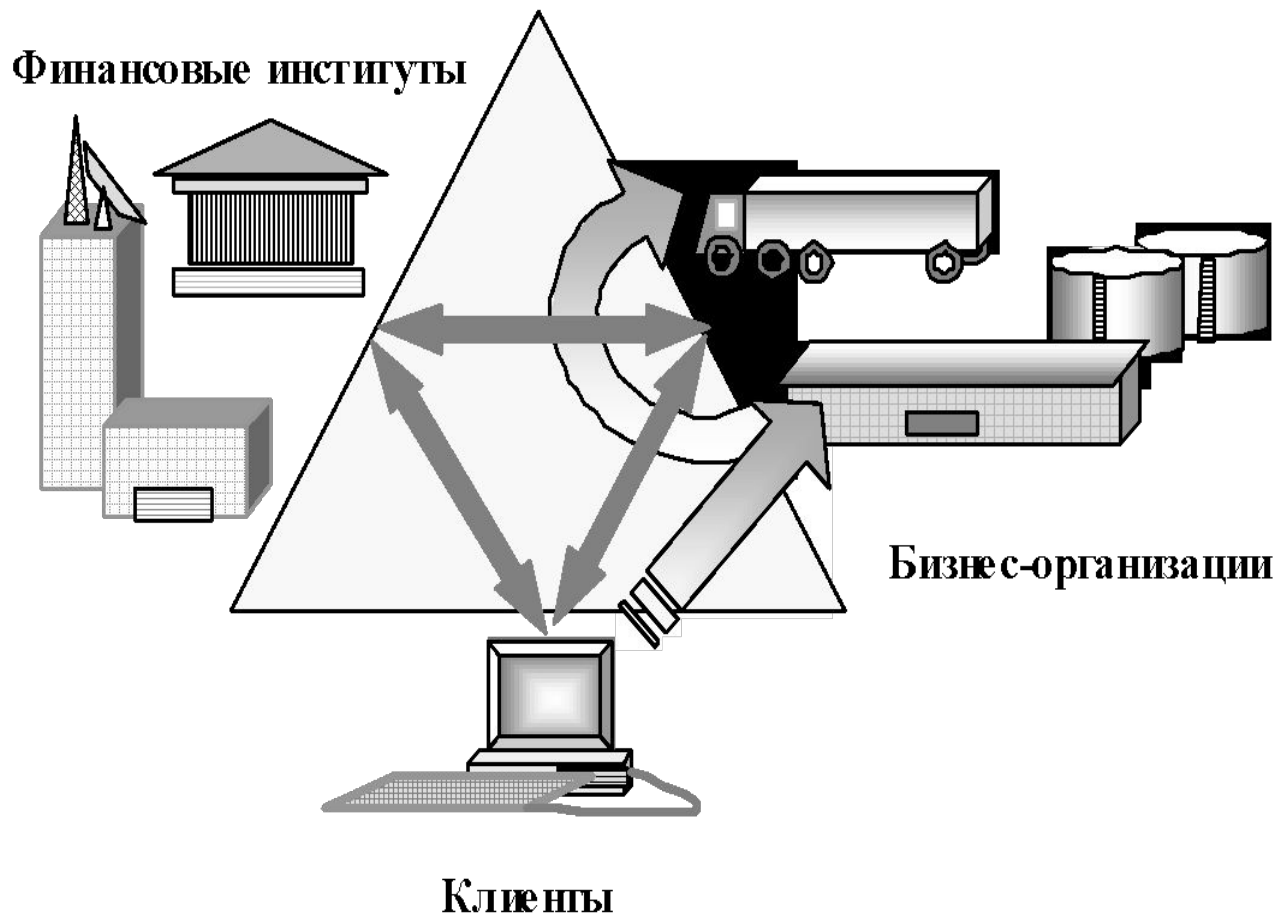
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

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*.

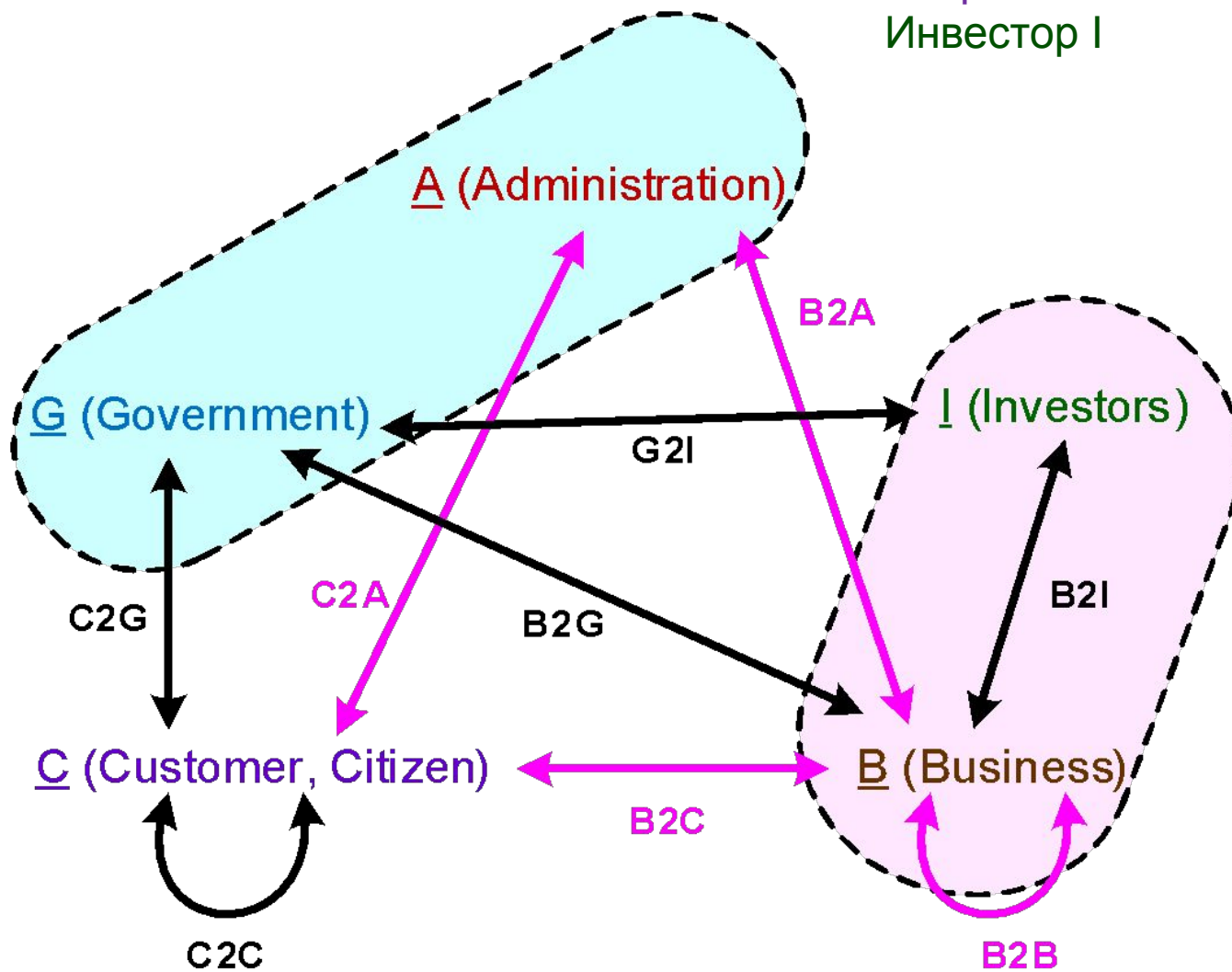
Так был создан самый первый опыт создания системы электронной коммерции.



**Субъекты электронной коммерции и
взаимодействие между ними**

СЕКТОРА ЭК

Администрация А
Власть G
Бизнес В
Потребитель С
Инвестор I



НАПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- **B2B** (*business-to-business*) или "бизнес - бизнес"
- **B2C** (*business-to-consumer*) или "бизнес - потребитель"
- **B2A** (*business-to-administration*) или "бизнес - администрация"
- **C2A** (*consumer-to-administration*) или "потребители – администрация"

НАПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- **B2B** включает все уровни информационного взаимодействия между компаниями.
- **B2C** – электронная розничная торговля, в первую очередь - электронные магазины.
- **B2A-** взаимодействие коммерческих структур с государством.
- **C2A** взаимодействие пользователей с госорганами.

СХЕМА С2С ИЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬ ВЕЛЪ ПОТРЕБИТЕЛЬ

С2С - заключается в продаже товаров и услуг между потребителями. В данном случае сайт выступает в роли посредника между покупателем и продавцом. В качестве примера можно привести **www.molotok.ru** - один из ведущих российских аукционов, где каждый желающий может продать или купить.

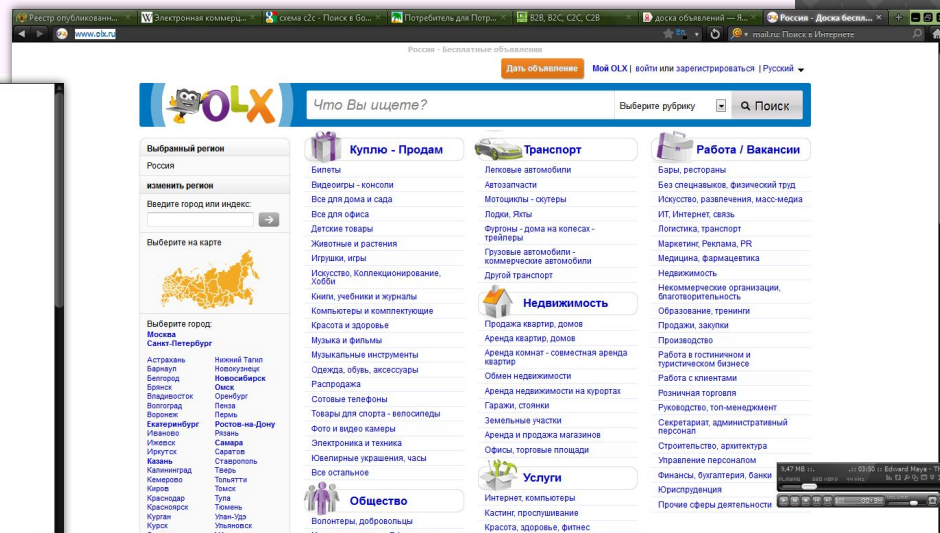
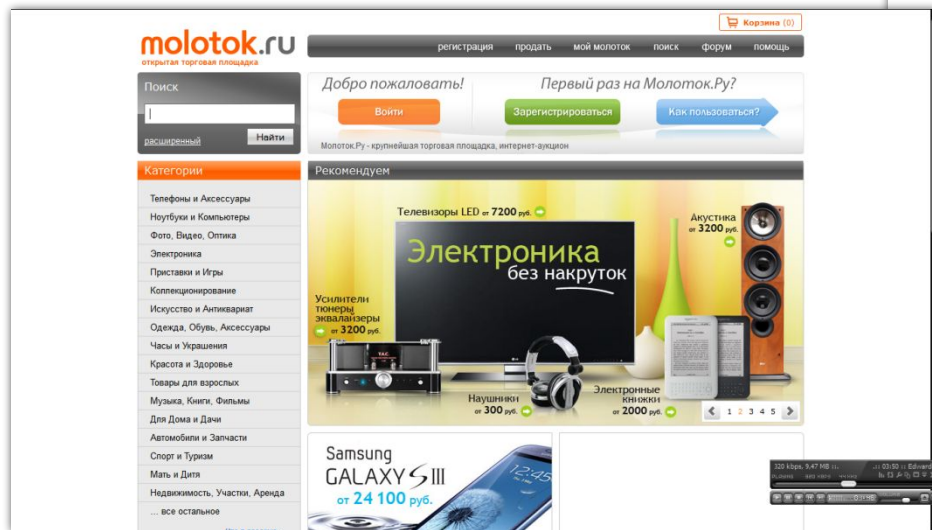


СХЕМА В2G ИЛИ БИЗНЕС-ГОСУДАРСТВО

В2G-системы электронной торговли применяются и для взаимодействия государства с бизнесом. Через такие системы государственные учреждения и ведомства осуществляют свои закупки на открытом рынке.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О РАЗМЕЩЕНИИ ЗАКАЗОВ

Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов

Главная | Информация для заказчиков и поставщиков | Вопросы и ответы | Форум

- Заказы
 - Все заказы
 - Заказы по регионам
 - Заказы, опубликованные на Федеральном официальном сайте
 - Планы-графики размещения заказов
 - Загрузка сведений об извещениях и контрактах
- Контракты
 - Единый реестр государственных и муниципальных контрактов
 - Федеральный реестр контрактов
- Реестры
 - Реестр организаций
 - Реестр жалоб с 01.01.2011 г.
 - Реестр жалоб ФАС России, Рособоронзаказ по 31.05.2011
 - Реестр неблагоизвестных поставщиков

РЕЕСТР ОПUBLIKОВАННЫХ ЗАКАЗОВ

Параметры поиска

Наименование (номер) заказа: Введите полностью или часть наименования заказа, лота, номера извещения

с учетом всех форм слов

Способ размещения заказа: **Все способы**

Этап размещения заказа:
 Подача заявок Размещение завершено
 Работа комиссии Размещение отменено

Заказчик: Введите полностью или частично ИРН или наименование Заказчика

Начальная цена контракта: Валюта:

Для субъектов малого предпринимательства

RSS-подписка на заказы по условиям поиска

Подача заявок (59275) | Работа комиссия | Все этапы

Последнее событие по

Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов

ПОИСК ПО ЗАКАЗАМ

С учетом всех форм слов [Расширенный поиск](#)

Главная | Информация для заказчиков и поставщиков | Вопросы и ответы | Форум | Личный кабинет

Федеральный округ: **Центральный округ**

Субъект РФ: Москва

Дата публикации: За сегодня

Заказы по субъектам Российской Федерации

- Заказы
 - Все заказы
 - Заказы по регионам
 - Заказы, опубликованные на Федеральном официальном сайте
 - Планы-графики размещения заказов
- Контракты
 - Единый реестр государственных и муниципальных контрактов

Последние события

03.02.2012 19:22:11
Министерство экономического развития сообщает

Раздел «Форум» Официального сайта дополнен новой темой «Общественное обсуждение закупок». В целях общественного обсуждения в данном разделе размещается информация об опубликованных на Официальном сайте извещениях о проведении закупок с начальной (максимальной) ценой контракта 1 млрд. рублей и более.

Для участия в общественном обсуждении пользователю Официального сайта необходимо пройти процедуру регистрации на Форуме. Приглашаем **принять участие** в обсуждении. [Подробнее](#)

22.04.2011 12:00:45
Служба оператора Официального сайта сообщает

Служба оператора Официального сайта сообщает, что полная база данных извещений о размещении заказов, полная база данных протоколов о размещении заказов, а также полная

- Опросы
 - Функциональность нового общероссийского сайта
- Правительство Российской Федерации
- Министерство Экономического

25

www.zakupki.gov.ru

СПОСОБЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ГОСЗАКУПОК

- открытый конкурс
- конкурс с ограниченным участием
- двухэтапный конкурс
- электронный аукцион
- запрос котировок
- запрос предложений
- закрытые способы осуществления закупок товаров, работ и услуг
- из единственного источника

ФУНКЦИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- Реклама,
- Представление товара средствами Интернет;
- Проведение покупки через Интернет;
- Послепродажное обслуживание через Интернет;
- Налаживание контактов с клиентом через Интернет;
- Преодоление высокого уровня затрат для выхода на рынки;
- Уменьшение затрат для проведения рекламных компаний;
- Оптимизация и автоматизация взаимоотношений с поставщиками, дилерами, партнерами;
- Мобильность бизнеса

ИНСТРУМЕНТЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

- Корпоративный Web-сайт;
- Интернет-магазин;
- Интернет-аукцион;
- Информационный корпоративный портал;
- Интернет-биржа;
- Интернет – маркетинг;
- Интернет-клуб.

ЦЕННОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ **ПОКУПАТЕЛЯ**

- Она значительно **экономит время** покупателя на поиск и покупку нужного ему товара. Виртуальный магазин, работая все 24 часа в сутки, способен быстро и адекватно реагировать на запросы покупателей, у которых поиск нужной информации может занять менее одной минуты.

ЦЕННОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ **ПРОДАВЦА**

- Потенциальная возможность **охватить** своей торговлей **бесчисленное количество покупателей**, поскольку при такой форме торговли в сферу деятельности фирмы попадает практически вся территория земного шара.

Следовательно, электронная торговля через сеть Интернет означает для фирмы **укрепление ее конкурентных позиций** на рынке. Важным фактором укрепления интерактивного бизнеса в целом и электронной торговли в частности является оперативность сделки.

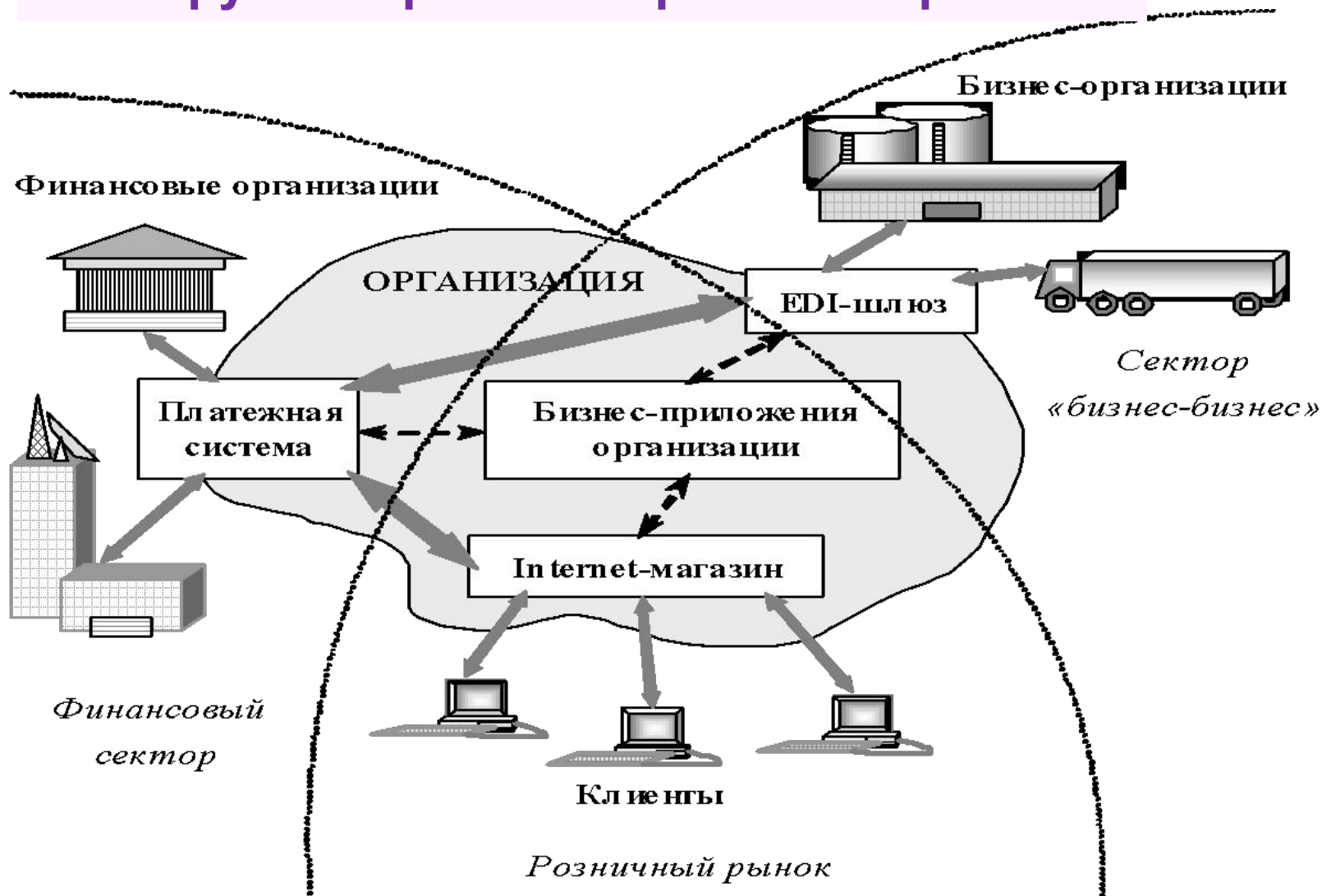
ИНТЕРНЕТ ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ **ПРОДАВЦУ:**

- a) **прорекламирывать свою продукцию** и товар как на региональном, так и на международном уровнях. При этом реклама может носить не только общий характер, но и быть последовательно детализирована до показа фотографий товара, описания упаковки, условий отгрузки и т. п., причем номенклатура может быть сколь угодно большой;
 - b) **прорекламирывать свою фирму** (предприятие) с целью привлечения к взаимодействию отечественных и зарубежных партнеров;
 - c) оперативно **следить** за ценовой **конъюнктурой** рынка;
 - d) прорекламирывать свои проекты для **привлечения инвесторов**;
 - e) **организовать систему заказов** продаваемого товара как своими торговыми представителями, так и покупателями;
 - f) **организовать оперативное взаимодействие с торговыми представителями** с помощью электронной почты и пря
- доступа к информационным ресурсам партнеров

ИНТЕРНЕТ ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ **ПОКУПАТЕЛЮ:**

- a) **найти** фирмы, реализующие нужный **товар**;
- b) **оценить конъюнктуру** рынка и **выбрать** подходящую **фирму-продавца** нужного товара;
- c) **сделать** уточняющие **запросы** к фирмам-продавцам с помощью электронной почты и получить ответы;
- d) **заказать товар**;
- e) **выбрать поставщика** транспортных и экспедиторских услуг;
- f) **заказать доставку** груза;
- g) **произвести платежи.**

Инструментарий электронной торговли



ИНСТРУМЕНТАРИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Основными производителями инструментария для создания систем электронной коммерции в мире являются следующие компании:

- ◉ Ariba
- ◉ Broadvision
 - ◉ iCAT
 - ◉ IBM
- ◉ Information Builders
- ◉ Intershop Communications
 - ◉ Microsoft
 - ◉ Netscape
- ◉ Open Market
 - ◉ Oracle
 - ◉ VeriSign.



УЧЕБНЫЕ ВОПРОСЫ

- **3. Краткая характеристика сетевых электронных магазинов**

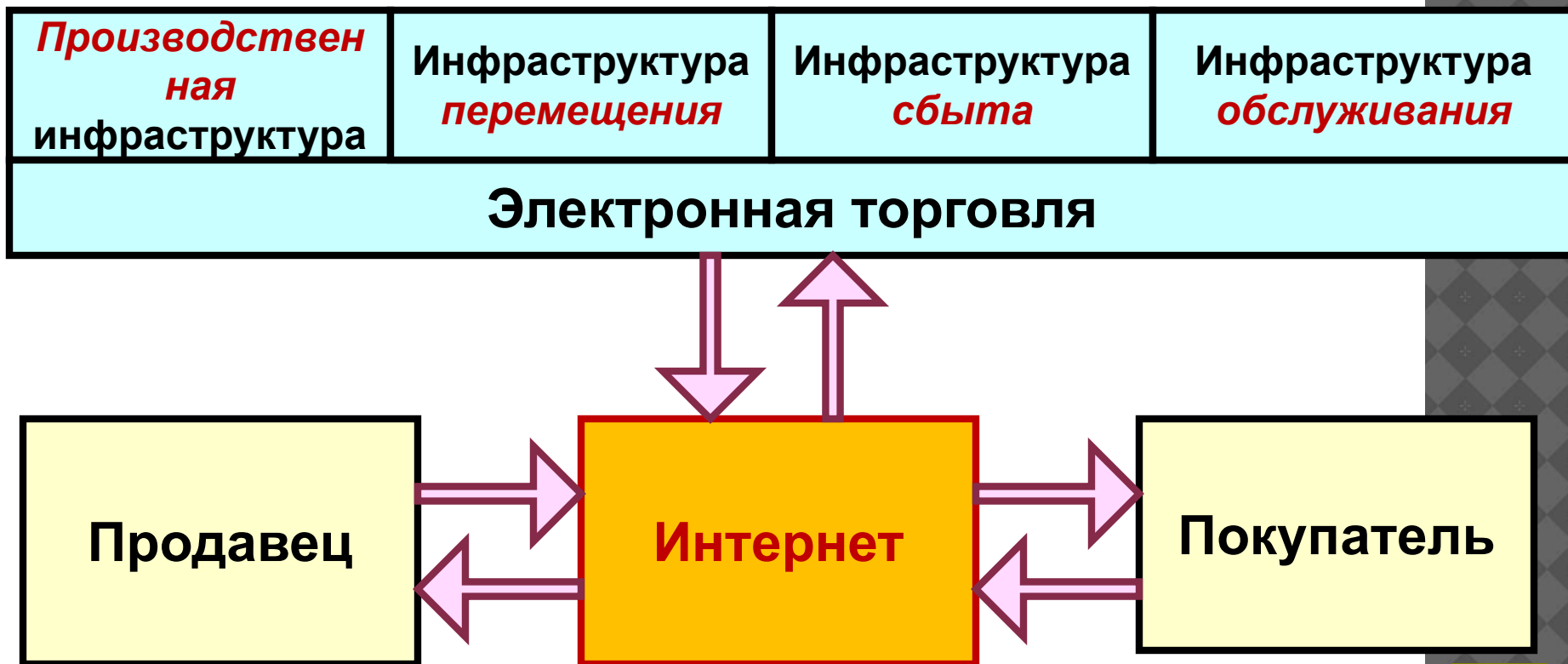
ИНФРАСТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

- это комплекс операций, имеющих по отношению к **ЭТ** подчиненный и вспомогательный характер, который обеспечивает условия для нормального функционирования электронной торговли.

УРОВНИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

- **производственная** инфраструктура;
- инфраструктура **перемещения**;
- инфраструктура **сбыта**;
- инфраструктура **обслуживания**.

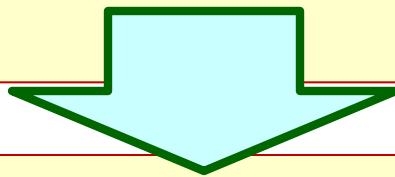
СХЕМА СЕТЕВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ



СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАДИЦИОННОЙ И ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Традиционный магазин	Виртуальный магазин
Торговый зал	Виртуальный магазин
Посещение покупателем торгового зала и осмотр товара на полках магазина	Просмотр покупателем страниц сервера
Личный контакт покупателя с продавцом	Консультация у продавца 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 заказанного товара	Пересылка продавцом по компьютерным сетям покупателю счёта на оплату заказанного товара
Оплата покупателем счета на товар в кассе магазина наличными деньгами или банковской картой	Оплата покупателем счёта по какой-либо системе электронных платежей

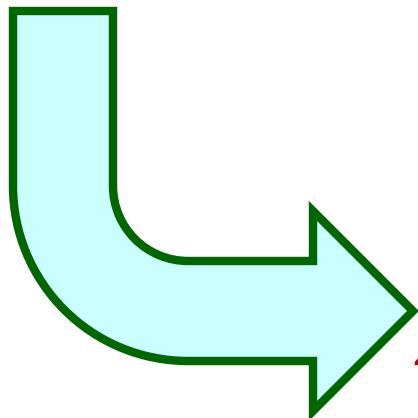
Виртуальный магазин — это реализованный в сети Интернет Web-сервер для продажи товаров и услуг другим пользователям сети.



- **1. Интернет-витрина** – простейший вариант Internet-магазина – представляет собой обычный Web-сайт, содержащий подробную информацию о предлагаемых товарах и способы связи с продавцом товара. Содержимое сайта периодически обновляется.
- **2. Торговый автомат** – реализация, которая кроме функций *Интернет – витрины* должна принимать заказы. Отличие от *Интернет - витрины* состоит в том, что заказы на покупку и счета на оплату заказанного товара выписываются без участия человека.
- **3. Автоматический магазин.** Эти сайты позволяют производить поиски (в том числе с использованием рубрикатора), производить заказ товара как в интерактивном режиме, так и при помощи электронной почты.
- **4. Интернет - аукцион.** Лучшими представителями данного класса магазинов можно назвать проекты <http://www.Amazon.com>, <http://www.oZon.com.ru>, <http://www.Lycos.com>.

СХЕМА РАСЧЕТОВ В АВТОМАТИЧЕСКОМ МАГАЗИНЕ

СПОСОБЫ РАСЧЕТА



1. **On-line** - заполняется специальная форма заказа прямо в программе просмотра Internet-страниц.
2. При помощи почтовой службы формируется письмо с указанием **E-mail** адреса клиента, названия или кода товара.
3. **Телефонный** **способ** регистрации заказа.

СХЕМА РАСЧЕТОВ В АВТОМАТИЧЕСКОМ МАГАЗИНЕ

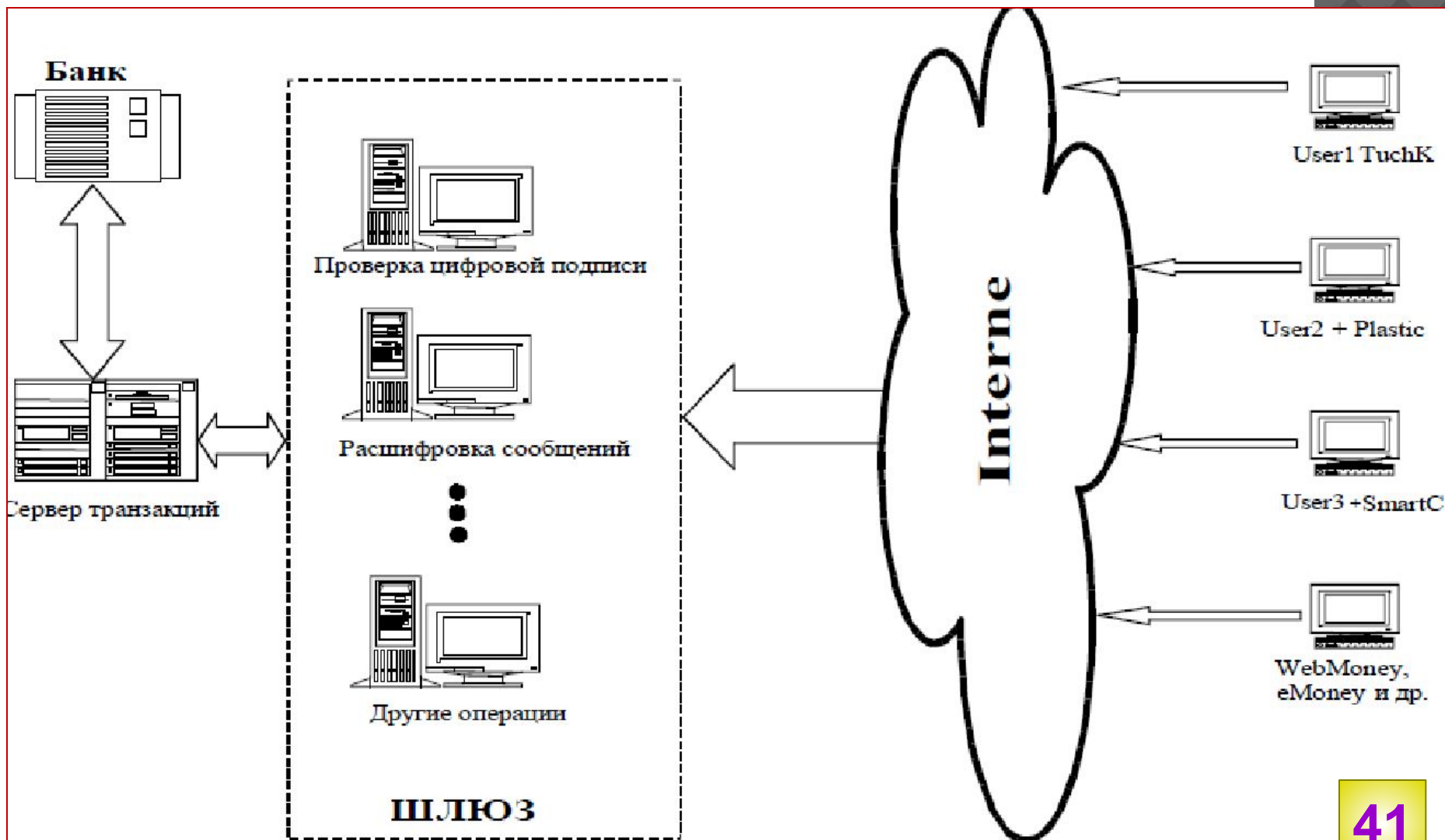
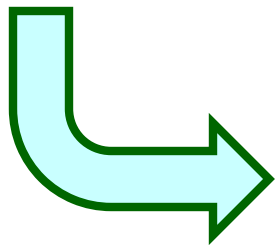


СХЕМА РАСЧЕТОВ В АВТОМАТИЧЕСКОМ МАГАЗИНЕ

СПОСОБЫ ДОСТАВКИ



- **доставка курьером.** Этот вид доставки обладает максимальной оперативностью и стоит максимум несколько сот руб.
- **доставка по почте** наложенным платежом. Этот способ доставки используют при доставке в малонаселенную область или если заказан экзотический товар.
- заказ доставляется **в один из офисов** или представительство организации, имеющей электронный магазин, откуда его необходимо забрать заказчик (самовывоз).

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ (СМ. СХЕМУ СЕТЕВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ – СЛАЙД 26)

- **товар и услуги,**
- **база данных,**
- **мультимедийный** продукт,
- **информационный** продукт и услуги.

ИНФРАСТРУКТУРА ПЕРЕМЕЩЕНИЯ

- Интернет,
- кабельное телевидение,
- телефонная сеть,
- защищенная сеть для электронного обмена деловыми документами между компьютерными программами разных фирм в стандартной форме - VAN (Value added network).

ИНФРАСТРУКТУРА СБЫТА

- электронная почта,
- Web-сервер,
- открытые базы данных,
- электронные каталоги и др.

ИНФРАСТРУКТУРА ОБСЛУЖИВАНИЯ

- платеж (банковские карты, цифровые деньги и др.),
- безопасность,
- электронная почта,
- Web-сервер,
- различные каталоги,
- послепродажное обслуживание и др.

Преимущества электронных магазинов

- 1. Глобальное присутствие.** Торговля через Интернет-магазин не имеет географических или национальных границ.
- 2. Круглосуточный режим работы.** Интернет - магазины открыты 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году.
- 3. Расширение рынка сбыта.**
- 4. Меньшие затрат на рекламу** - исследования показали, что в среднем реклама через Web вчетверо дешевле, чем прямая почтовая рассылка.
- 5. Уменьшение операционных издержек и затрат на инфраструктуру.** Организация торговли и обслуживания через Интернет-магазин делает наличие зданий магазинов, офисов, а также всевозможного торгового оборудования необязательным.

Преимущества электронных магазинов

- 6. Уменьшение себестоимости затрат.** Посчитано, что заключение сделки электронным путем на порядок уменьшает стоимость затрат на ее обработку. Затраты на оформление автомобиля через Интернет уменьшились в 2 раза.
- 7. Персонализация обслуживания.** Правильно организованный процесс покупки в Интернет-магазине позволяет максимально учесть сугубо индивидуальные запросы каждого покупателя.
- 8. Опережение конкурентов.** Интернет-магазин предоставляет новые возможности ведения бизнеса.
- 9. Конкуренция на равных с корпоративными гигантами.** Если Покупатели убедятся, что Интернет-магазин небольшой компании выглядит лучше по этим параметрам, чем магазин очень известной торговой корпорации, то они будут покупать в нем.

Преимущества электронных магазинов

- 10. Управление бизнесом из любой точки мира.** Интернет-магазин может управляться с любой точки планеты, с любого компьютера, имеющего подключение к Интернет.
- 11. Широкие маркетинговые возможности.** Интернет-магазины обычно имеют встроенные средства для получения маркетинговой информации. Анализ статистики и динамики продаж;
- 12. Создание нового канала сбыта.** Сегодня большинство Дистрибуторов и Дилеров отдают предпочтение тем поставщикам и производителям, которые создают каналы сбыта через Интернет.
- 13. Торговля без посредников.** При этом Фирма—Производитель сама может устанавливать и контролировать цены на свою продукцию.

Преимущества электронных магазинов

14. **Индивидуализация продукции.**
15. **Координация хозяйственных связей** вдоль технологических цепочек при помощи технологий электронного рынка.
16. **Увеличение объема продаж.**
17. **Online склад.** Информация о состоянии склада всегда находится в состоянии online и доступна всем дилерам.

Экономия *затрат* в процентах

Ранг	Экономия затрат	Величина
1.	Снижаются личные затраты	58
2.	Снижаются затраты на логистику	54
3.	Снижаются почтовые расходы	51
4.	Снижаются расходы на инфраструктуру	47
5.	Снижаются расходы на прохождение платежей	44

Экономия *времени* в процентах

Ранг	Экономия времени	Величина
1.	Быстрое реагирование на изменение рынка	67
2.	Быстрее процесс прохождения заказа	67
3.	Высокая гибкость	65
4.	Уменьшение времени выхода на рынок	65
5.	Меньше время доставки	57
6.	Быстрее прохождение платежа	55

Дополнительные выгоды в процентах

Ранг	Качественные выгоды	Величина
1.	Выход на новый сектор рынка	72
2.	Укрепление взаимоотношений с клиентами	71
3.	Новые возможности для маркетинга	67
4.	Увеличение потока информации	61
5.	Новые товары и услуги	58
6.	Увеличивается прозрачность рынка	52
7.	Существенно уменьшаются ошибки	51

Недостатки электронных магазинов

1. Далеко **не все там можно купить**;
2. Сделанную покупку весьма **не просто оплатить**;
3. **Получить покупку**, сделанную в другом городе, **трудно**.

Недостатки электронных магазинов

4. **Поиск** самой дешевой модели- **процесс долгий**;
5. **Не** всегда internet-магазины предоставляют **самый удобный вариант оплаты**;
6. Продавцам **создание** и поддержание internet-магазина **стоит недешево**;
7. При неправильной организации навигации **пользователь может утонуть в море информации**;
8. Возрастает **риск получить устаревшую или недостоверную информацию**.

Недостатки электронных магазинов

9. **Несовершенство нормативно-правовой базы;**
10. **Небольшое количество пользователей internet;**
11. **Проблема информационной и сетевой безопасности;**
12. **Неустойчивость финансовых и кредитных организаций;**
13. **Созданием internet-магазинов занимаются не профессионалы электронной коммерции;**
14. **Неразвитость платежных средств;**
15. **Бедность населения в целом.**

Этапы построения Internet-магазина

1. Определение целей и задач, *планирование* Web – сайта:
 - *проведение* маркетинговых *исследований*,
 - *определение* рыночной ниши и *потребителей*,
 - формирование *рекламной компании*, создание бюджета, финансирование, построение бизнес-плана
2. Первоначальная *реализация* Web-сервера:
 - выбор места *размещения* и *провайдера*,
 - *регистрация имени домена*,
 - *разработка* его *дизайна*,
 1. написание обрабатывающей части и *связи с базой данных*,
 - определение связи с клиентами,
 - интеграция с информационной средой предприятия,
 - установка сервера в Web-пространстве.

Этапы построения Internet-магазина

3. Поддержка сервера и его совершенствование:
 - **обновление** содержания,
 - использование при **коррекции** новых технологий,
 - применение механизма **обратной связи**,
 - **проверка корректности** функционирования
4. Реализация маркетинговой программы продвижения Web-сервера.

Функции менеджера Web сайта Internet-магазина

1. Создание и корректировка каталога товаров;
2. Ввод и модификация информации о товарах;
3. Регистрация новых поступлений в Интернет-магазин;
4. Настройка системы сообщений для пополнения запасов в Интернет - магазине.;
5. Просмотр всей информации о зарегистрированных покупателях ;
6. Оперативный контроль за состоянием Интернет - магазина;
7. Обработка статистических и бизнес-отчетов по посетителям, по товарам, по периодам времени и т. д.

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)

