

ЗМІСТ

Вступ	7
ЧАСТИНА I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	9
Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції	9
1.1. Суть і зміст електронної комерції	9
1.2. Основні категорії і класи електронної комерції	11
1.3. Розвиток і сфери застосування електронної комерції. Учасники електронного ринку	12
1.4. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні та у світі	14
Тести	15
Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції	17
2.1. Основні категорії мережі Internet	17
2.2. Основні служби мережі Internet	19
2.3. Ідентифікація Internet-ресурсів	20
2.4. Особливості українського сегмента Internet	23
2.5. Процедура створення Web-сайта	25
2.6. Бізнес-моделі сайтів	27
Тести	28
Тема 3. Організація і технологія роботи Internet-магазину	31
3.1. Поняття Internet-магазину та особливості його функціонування	31
3.2. Класифікація Internet-магазинів	32

3.3. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах	33
3.4. Характеристика методів розрахунку за придбаний товар	36
3.5. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині	37
3.6. Електронні моли як перспективна форма Internet-торгівлі	38
<i>Тести.</i>	39
Тема 4. Організація продажу товарів через Internet-аукціони	42
4.1. Суть і особливості віртуальних аукціонів	42
4.2. Типи аукціонів та товари, що продаються на Internet-аукціонах	44
4.3. Організаційне забезпечення Internet-аукціонів.	45
4.4. Організація роботи віртуального аукціону.	46
<i>Тести.</i>	47
Тема 5. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики.	50
5.1. Поняття і функції електронних торговельних майданчиків.	50
5.2. Види і структура електронних торговельних майданчиків.	52
5.3. Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики	54
5.4. Горизонтальні (багатогалузеві)торговельні майданчики	55
5.5. Internet-представництва бізнес-структур	56
<i>Тести.</i>	57
Тема 6. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	60
6.1. Поняття електронних платіжних систем та вимоги до них	60
6.2. Особливості кредитних Internet-систем	61
6.3. Дебетові Internet-системи та їх специфічні платіжні засоби.	64

6.4. Забезпечення захисту в платіжних системах Internet	66
<i>Тести</i>	67
Тема 7. Організація надання послуг в електронній комерції	70
7.1. Особливості надання послуг в мережі Internet	70
7.2. Internet-трейдинг як специфічний вид послуг.	70
7.3. Організація надання банківських послуг через Internet	72
7.4. Електронні страхові послуги	74
7.5. Система дистанційного навчання як сегмент ринку електронних послуг	76
7.6. Туристичні послуги в мережі Internet	77
<i>Тести</i>	79
Тема 8. Маркетинг і реклама в мережі Internet	82
8.1. Особливості сучасного Internet-маркетингу	82
8.2. Аналіз якості Internet-представництв комерційних структур із використанням маркетингового підходу	83
8.3. Основні принципи і засоби реклами в мережі Internet	84
8.4. Особливості застосування засобів Internet-реклами	86
8.5. Формування цін на товари і послуги в мережі Internet	89
<i>Тести</i>	90
Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції	92
9.1. Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції.	92
9.2. Системи електронного документообігу в електронній комерції	93
9.3. Методи визначення ефективності електронної комерції	94
9.4. Напрями оцінки ефективності електронної комерції.	95
<i>Тести</i>	97

ЧАСТИНА II. ПРАКТИКУМ	100
<i>Тема 1.</i> Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції	100
<i>Тема 2.</i> Основні категорії та інструментарій електронної комерції	101
<i>Тема 3.</i> Організація і технологія роботи Internet-магазину	103
<i>Тема 4.</i> Організація продажу товарів через Internet-аукціони	107
<i>Тема 5.</i> Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики	110
<i>Тема 6.</i> Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	113
<i>Тема 7.</i> Організація надання послуг в електронній комерції	115
<i>Тема 8.</i> Маркетинг і реклама в мережі Internet	119
<i>Тема 9.</i> Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції	122
ЧАСТИНА III. ТЕСТИ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	129
Глосарій	159
Додатки	165
Список літератури.	209

ВСТУП

Стрімкий технологічний розвиток у сфері електроніки та кібернетики став передумовою інтенсивного нарощення процесів інформатизації усіх сфер народного господарства. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень, що дозволяє вирішувати складні економічні завдання як для окремих комерційних структур так і в загальнодержавному масштабі. При цьому значна частина економіки бізнесу стають електронними і перемищуються у глобальне середовище мережі Internet.

Одним із засобів здійснення і підтримки процесів інформатизації в економічному середовищі є електронна комерція, яка дає змогу максимально ефективно здійснювати комерційні операції, оперативно реагувати на зміни ринку товарів та послуг, розширювати сфери впливу комерційних суб'єктів та посилювати їх конкурентні переваги.

Тому формування системи знань та навичок з електронної комерції на сьогоднішній день є важливим завданням підготовки майбутніх висококваліфікованих спеціалістів.

Навчальна дисципліна «Електронна комерція» викладається на кафедрі комерційної діяльності і підприємництва Львівської комерційної академії для студентів спеціальностей торговельно-економічного профілю освітньо-кваліфікаційних рівнів «бакалавр», «спеціаліст», «магістр». Метою цього курсу є ознайомлення студентів з теоретичними основами електронної комерції, формування практичних навичок організації комерційної діяльності сучасних суб'єктів господарювання у глобальному інформаційному середовищі.

В процесі роботи над посібником автором було враховано рекомендації освітньо-професійних програм Міністерства освіти і науки України, наукові дослідження українських та іноземних спеціалістів, практичні матеріали щодо організації діяльності вітчизняних та закордонних комерційних структур в мережі Internet, власні розробки автора з проблем електронної комерції.

У посібнику розкрито теоретичні та прикладні аспекти формування і функціонування електронної комерції в сучасних умовах щодо характеру і особливостей організації діяльності специфічних суб'єктів електронного бізнесу, зокрема електронних магазинів, аукціонів, торговельних майданчиків, платіжних систем, проаналізовано специфіку надання різних видів послуг, маркетингового забезпечення та цінової політики в електронній комерції, розглянуто основні засоби забезпечення безпеки в мережі Internet та охарактеризовано стан організаційно-економічного забезпечення і дослідження ефективності електронної комерції.

Посібник містить завдання для практичної роботи із доступом до мережі Internet в он-лайн режимі, тести для поточного та рубіжного контролю знань студентів, глосарій, матеріали щодо нормативно-правового забезпечення електронної комерції у вітчизняному та глобальному інформаційному просторі, джерела Internet-ресурсів із багатьох сфер діяльності.

Посібник розрахований на студентів, магістрів, аспірантів та спеціалістів-практиків у сфері товарного обігу.