

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/365913>

Тип работы: Реферат

Предмет: Электронная торговля

Содержание

Введение.....	3
1. Сущность и основные виды электронной торговли.....	4
2. Проблемы развития электронной торговли.....	8
Заключение.....	11
Список литературы.....	12

Введение

За последние 10 лет развитие информационных технологий радикально изменило поведение компаний. Доступ к ресурсам глобальной информационной сети открыл новые возможности для бизнеса. Сегодня единое функционирование информационной магистрали-Интернета-вызывает формирование сетевых сообществ, которые оказывают широкое влияние на экономическую жизнь общества: наступает эпоха электронной коммерции.

Интернет стал одновременно новой средой общения и рынком с десятками миллионов потенциальных покупателей, которые имеют довольно высокий уровень доходов. В этих условиях коммерческие организации имеют особую структуру и другие принципы управления.

Глобальная компьютерная сеть, сочетающая в себе интерактивный характер общения, гипермедийный характер и возможность персонализировать взаимодействие, создала новую коммуникационную среду, отличную от той, что создается традиционными средствами массовой информации.[2]

В едином информационном пространстве Интернета коммерческая организация может напрямую взаимодействовать с любым потенциальным клиентом, независимо от того, в какой точке планеты он находится, и получать практически мгновенную информацию о своем решении. В таких условиях классические методы маркетинга, методы ведения бизнеса и традиционные технологии продаж должны быть адаптированы к особенностям коммуникационной среды.

1. Сущность и основные виды электронной торговли

Прошли те времена, когда в поисках информации о товарах и услугах россиянам приходилось просматривать множество каталогов, специализированных журналов и других справочных материалов. С каждым днем все больше и больше «продвинутых» людей выходят в Интернет и решают, что покупать, сидя за своим компьютером дома или в офисе.

Согласно последним исследованиям Фонда общественного мнения, проведенным зимой 2021-2022 годов, количество пользователей Интернета на территории России на момент опроса составляло 14,6 миллиона человек.

Кроме того, около трети из них купили или выбрали что-то с помощью сети. Та же организация прогнозирует, что в следующем году число пользователей интернета увеличится примерно на 4,8 миллиона.

Список литературы:

1. Алексунин В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. Алексунин, В. Родигина. - М.: Дашков и Ко, 2021. - 216 с.
2. Ананьев А.Н. Направления развития современного электронного бизнеса / Ананьев А.Н. // Торговля, коммерция, предпринимательство. - 2019. - Вып. 6.
3. Апопом В. В. Интернет-торговля: проблемы и перспективы развития / Апопом В. В. // Региональная экономика. - 2020. - № 1. - С. 25.
4. Афанасьев М. Электронная коммерция / Афанасьев М., Мясникова Л. // РИСК. - 2016. - № 3. - С. 52-59.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/365913>