

# Введение

Мы находимся на грани переворота, который является столь же глубоким, как изменения в экономике, вызванные промышленной революцией. Скоро электронные сети позволят людям преодолевать барьеры времени и расстояния и использовать преимущества мирового рынка и деловые возможности, даже невозможные сегодня...

*Экс-Вице-президент США  
Альберт Гор, младший*

В связи с новизной форм и методов электронной коммерции и еще не сформировавшимся понятийно-категориальным аппаратом для полного объективного описания существующих в электронной коммерции экономических явлений и процессов крайне актуальна задача систематизации уже используемых понятий и введения новых. Данная книга направлена на решение этой задачи.

При изложении материала автор исходил из следующего:

- книга посвящена электронной коммерции, а электронная коммерция — это, прежде всего, коммерция, поэтому целевой аудиторией данной книги являются экономисты (предполагается, что читатель обладает основами экономических знаний);
- у читателей предполагается определенный уровень базовых знаний по информатике.

Структура изложения в значительной степени обусловлена структурой электронной коммерции — каждому сектору электронной коммерции посвящена отдельная глава.

В главе 1 даются основные понятия и термины электронной коммерции, ее история, правовое обеспечение, формулируются этические основы электронной коммерции. Данная глава носит теоретический характер и содержит небольшое число практических примеров и рекомендаций. Глава ориентирована в первую очередь на студентов. Поэтому читателю-практику, знакомому с основными понятиями электронной коммерции, можно ознакомиться только с параграфами с 1.8.1 по 1.8.4 и перейти к чтению последующих глав.

Выражаю благодарность компании SAP AG и лично Руководителю центра отраслевой экспертизы «Дискретное производство» М.Ю. Княжеву за предоставление материалов примера использования решений SAP для раздела ERP-системы данной главы.

Главы 2–5 посвящены секторам электронной коммерции B2B, B2C, C2C, G2C и G2B.

Глава 6 посвящена электронным системам взаиморасчетов как одному из основных инструментов ведения современной коммерческой деятельности.

В главе 7 формируется понятийно-категориальный аппарат нового направления интернет-коммерции — интернет-маркетинга, дается подробный обзор методов интернет-маркетинга. Во избежание дублирования материалов, используемых в традиционном маркетинге, в главе рассматриваются только методы и технологии, имеющие непосредственное отношение к интернет-коммерции.

В главе 8 приводится обзор и выполняется систематизация существующих методов киберпреступности, даются рекомендации и описываются способы защиты от компьютерной преступности.

Глава 9 помогает читателю разобраться в основных направлениях развития электронной коммерции, оценить ее перспективы, а значит, и направления развития существующего бизнеса и представить будущее — экономику информационного общества. В главе даются не только прогнозы, но и предлагаются новые бизнес-модели и принципы электронной коммерции, которые, возможно, займут достойное место в экономике ближайшего будущего.

Так как наибольшие практические проблемы у экономистов и рядовых пользователей вызывает неоднозначное толкование терминов электронной коммерции, в книге в качестве приложения приведен толковый словарь терминов, наиболее часто используемых в данной предметной области. Словарь уточняет и ликвидирует некоторые пробелы в терминологии электронной коммерции.

Примеры, примечания и детальные разъяснения некоторых понятий выделены петитом, это свидетельствует о том, что данный фрагмент может быть пропущен читателем, что не окажет существенного влияния на понимание им сути изложения.

В основу работы положен личный опыт автора, являющегося основателем интернет-магазина. В приложении 2 находится проект бизнес-плана создания данного предприятия, написанный в 1999–2000 гг.

Учебник публикуется в соответствии с планом проекта «TEMPUS ECOM-MIS» «Two cycle E-Commerce curricula to serve Information Society in RU, UA, IL» (Двухуровневые программы обучения электронной коммерции для развития информационного общества в России, Украине и Израиле). Проект финансируется при поддержке Европейской Комиссии. Содержание данной публикации отражает мнение автора, и Европейская Комиссия не несет ответственности за использование содержащейся в ней информации.

Все предложения и замечания, связанные с содержанием данной книги просьба направлять на [e-commerce@psati.ru](mailto:e-commerce@psati.ru). На этот почтовый ящик можно присылать заявки от вузов на прохождение курсов повышения квалификации по электронной коммерции (подробности на [elcom.psuti.ru](http://elcom.psuti.ru)).