



ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Электр^онная торговля (англ. Electronic trading, eTrading, e-Trading) — осуществление торгово-закупочной деятельности через Интернет.

Понятие "электронная торговля" включает в себя:

- Передачу информации, продуктов или услуг через онлайн ресурсы
- Предоставление услуг электронным путем
- Организация онлайн методами обычной торговли



ПРЕИМУЩЕСТВА

- Ни владельцу магазина, ни его клиентам не нужно находиться в конкретном регионе для ведения бизнеса и осуществления заказа
- Используются различные виртуальные платежные средства
- Товар доставляется с помощью курьерской службы и почты в любую точку мира
- В любой момент времени и в любом месте, где есть компьютер, можно ознакомиться с новинками и акциям



C2C

C2C (Consumer-to-Consumer). Для взаимодействия конечных потребителей с конечными потребителями (C2C, customer-to-customer) используются электронные торговые площадки («барахолки»), которые характеризуются преобладанием лотов на продажу. В данном случае сайт выступает в роли посредника между покупателем и продавцом. Например: Молоток.Ру, Из рук в руки, auto.ru, ebay.com и др.

Из рук в руки

ebay™

molotok.ru
открытая торговая площадка

 **Avito** 

B2C

B2C (Business-to-Consumer) - термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией (Business) и частным, так называемым, "конечным" потребителем (Consumer). Часто используется для описания деятельности, которую ведёт предприятие, т.е., в данном случае, - продажа товаров и услуг, непосредственно предназначенных для конечного использования. Один из наиболее популярных инструментов B2C - Интернет-магазин.



B2G

B2B (Business-to-Business) - термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией (B) со стороны организацией (B), т.е. одна организация работает на другую.



E-TENDERING

Тендерная площадка электронная (веб-площадка, интернет-площадка, электронная торговая площадка) - специализированный интернет-ресурс, предоставляющий пользователям виртуальное информационное пространство для осуществления электронной коммерческой деятельности. Может быть организована в формате электронного аукциона, позволяя проводить сделки в онлайн режиме между удаленными участниками, фактически выступая в роли биржи.



СПОСОБЫ ОПЛАТЫ

Наиболее популярными способами оплаты покупки через интернет-магазин являются:

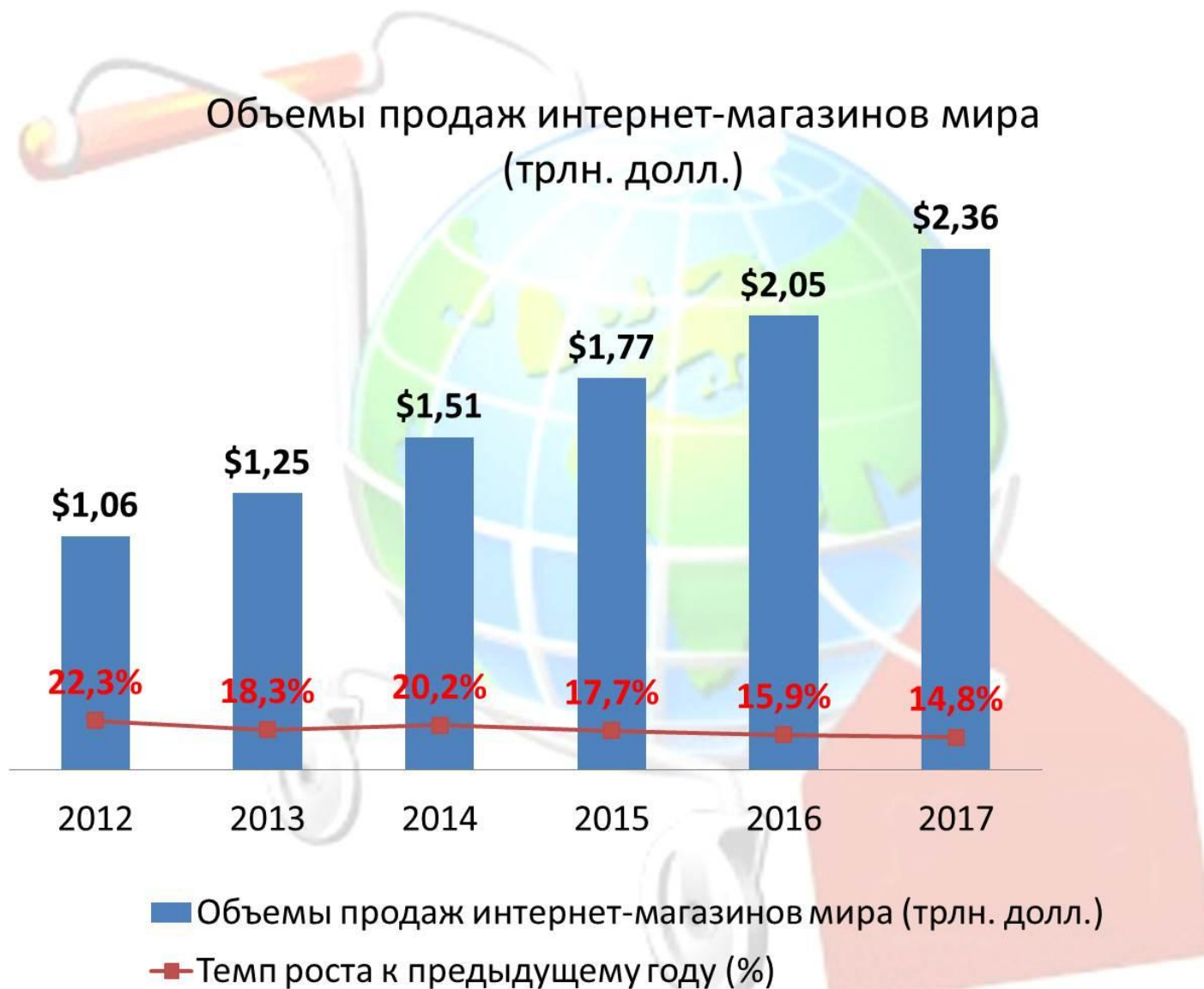
- наличными курьеру;
- перевод через любой банк;
- безналичное перечисление со счетов юридических лиц;
- оплата кредитной картой;
- оплата через специальные платежные системы: WebMoney, Яндекс.Деньги и т.п.
- почтовый или телеграфный перевод;
- наложенный платеж.



Яндекс
деньги 

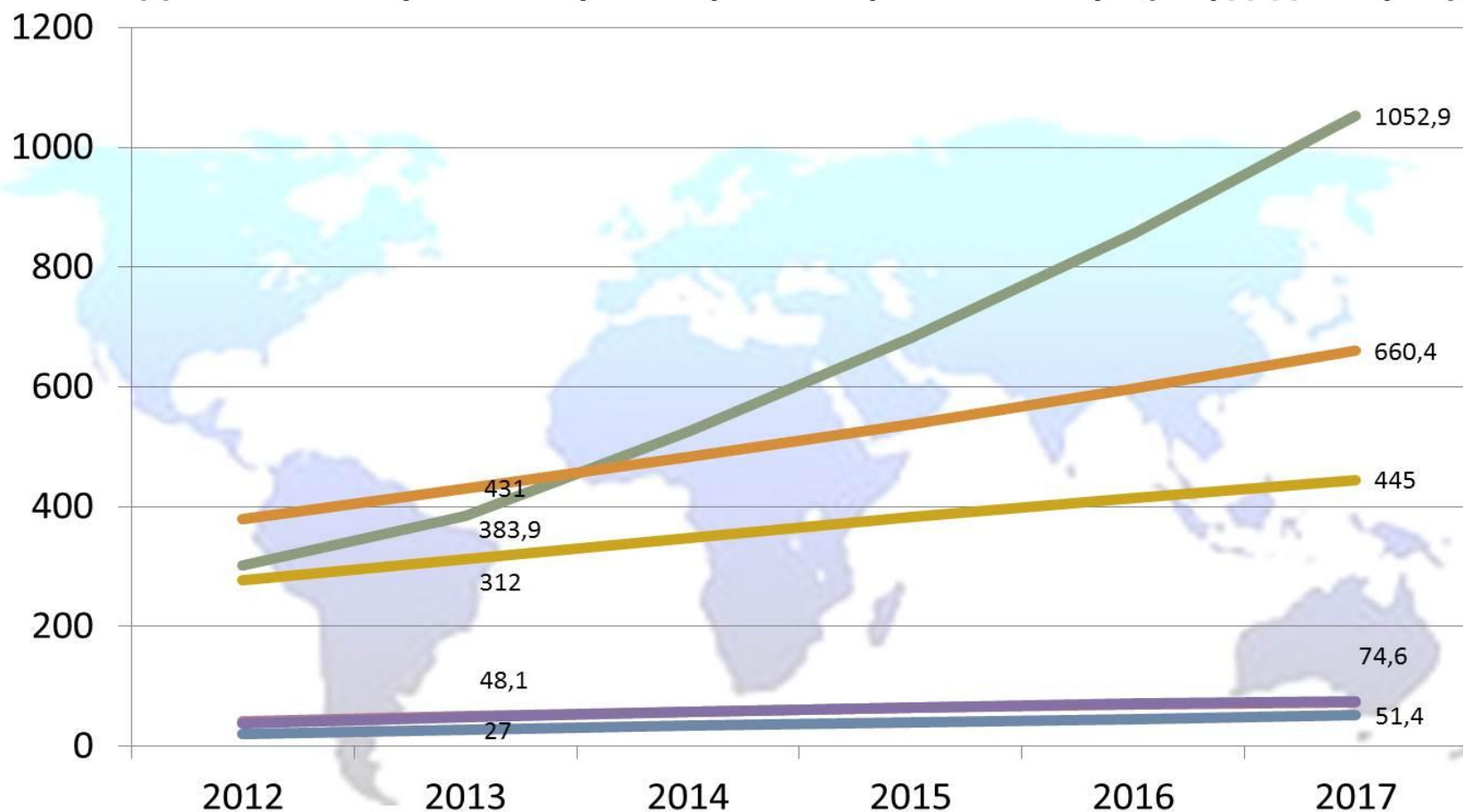


СТАТИСТИКА



СТАТИСТИКА

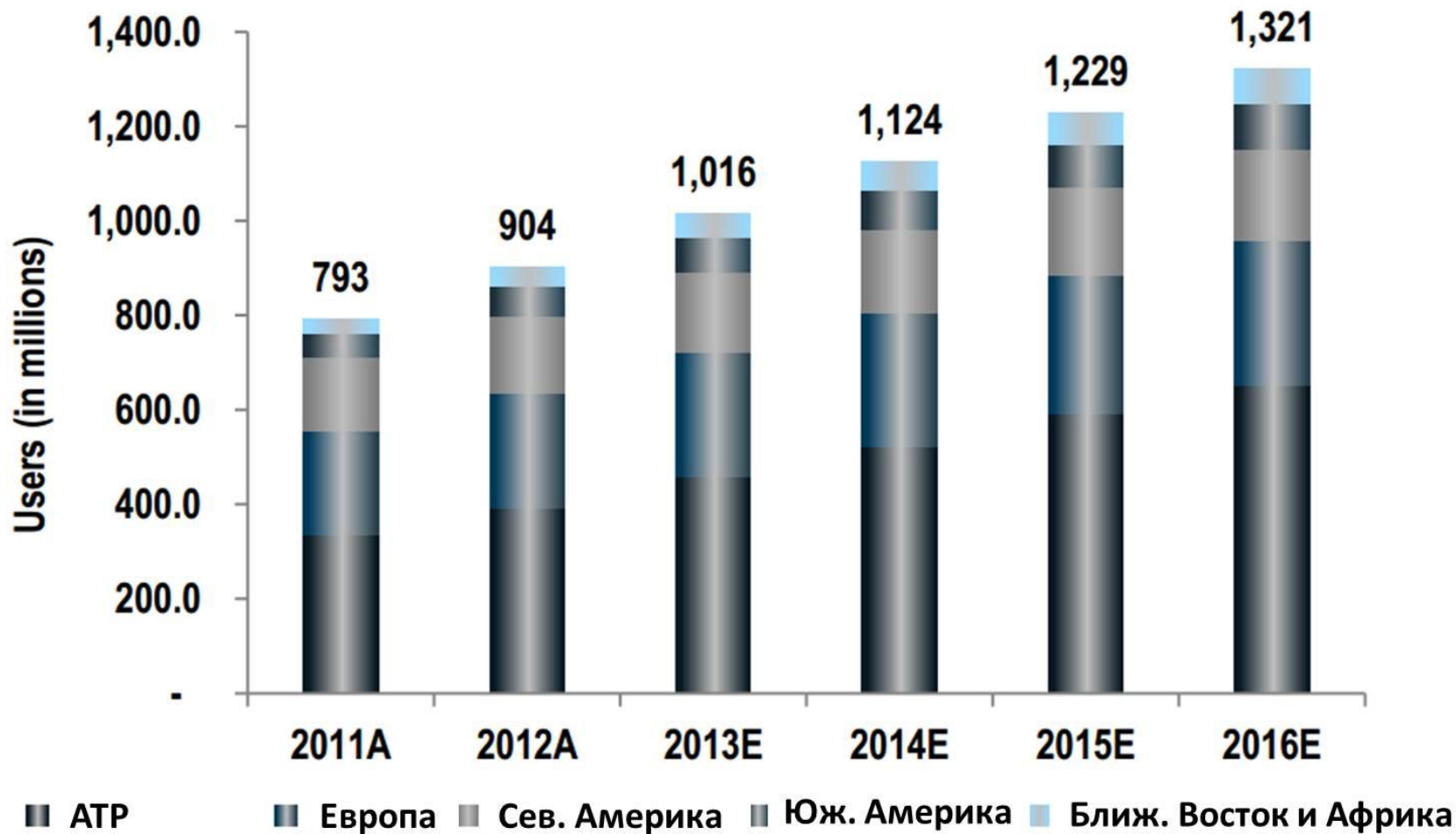
Динамика оборота Интернет-торговли в регионах мира (млрд. долларов)



- Азиатско-Тихоокеанский регион
- Северная Америка
- Западная Европа
- Центральная и Восточная Европа
- Латинская Америка
- Африка и Ближний Восток

СТАТИСТИКА

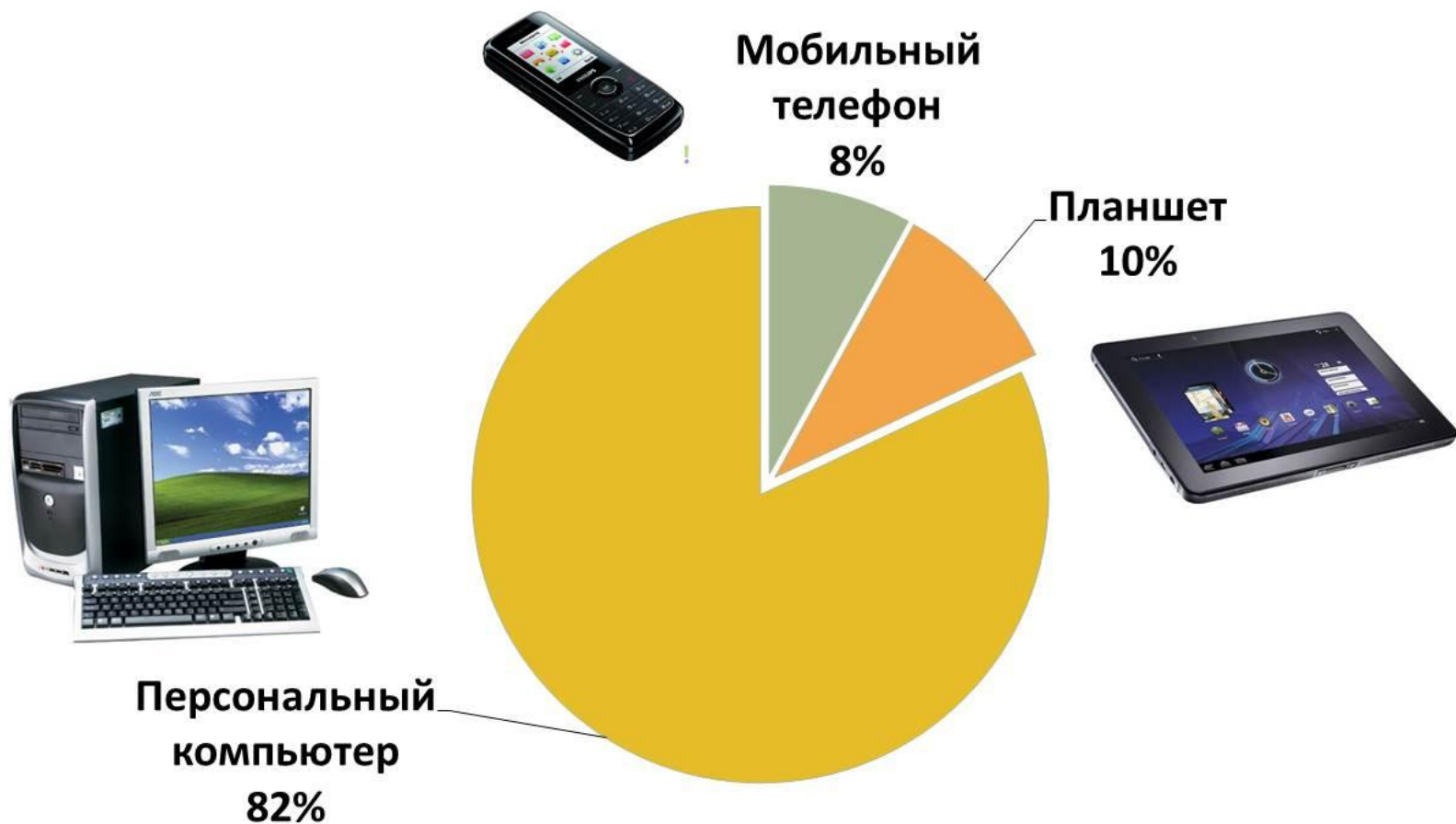
Количество человек, использующих интернет-магазины (млн.)



Source: IBIS World, comScore

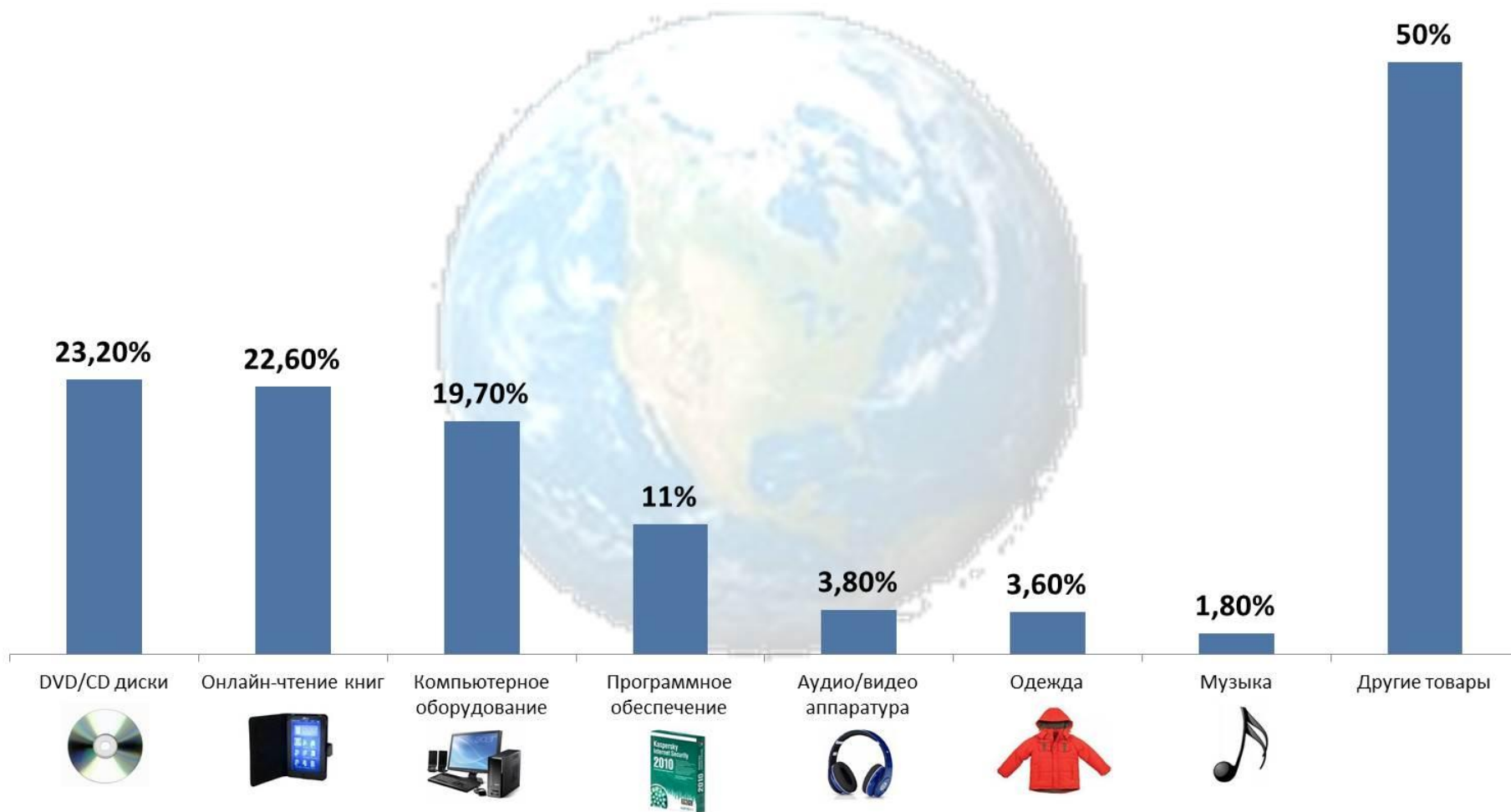
СТАТИСТИКА

Структура используемой техники при заказе товаров через интернет



СТАТИСТИКА

Товарная структура интернет-покупок в мире (%)



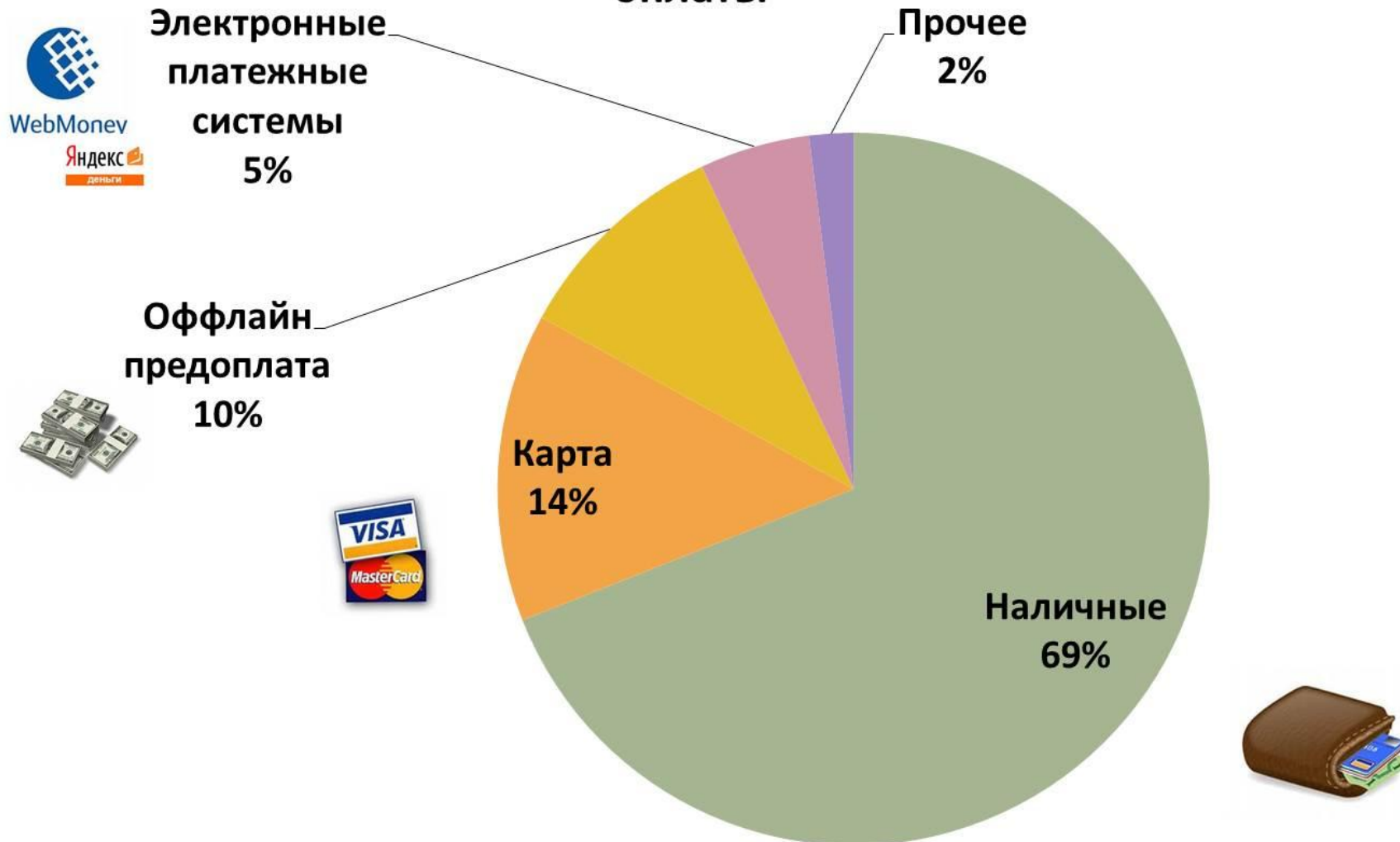
СТАТИСТИКА

Товарная структура интернет-торговли в России в 2013 году



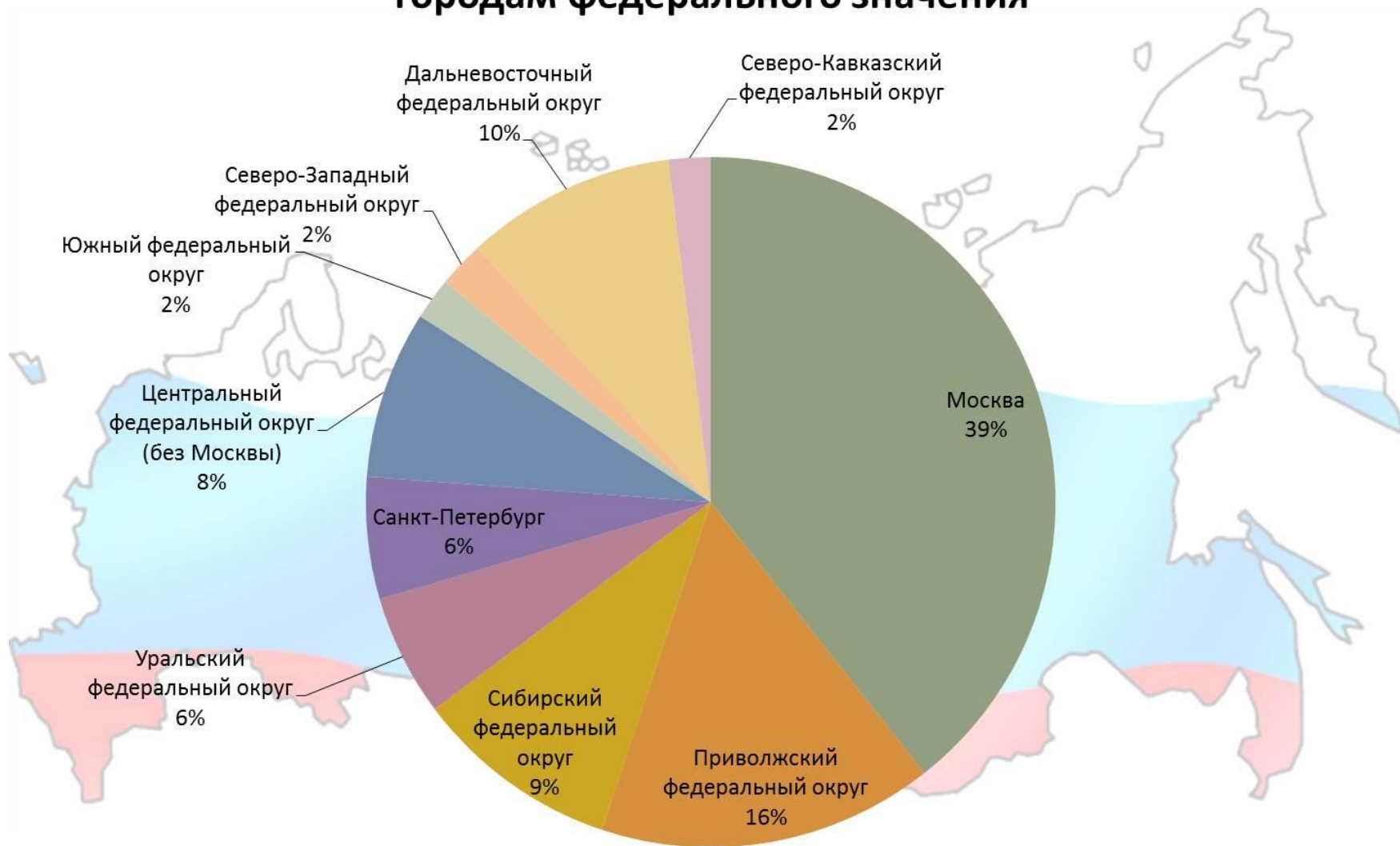
СТАТИСТИКА

Структура интернет-торговли России по форме оплаты



СТАТИСТИКА

Распределение заказов по федеральным округам и городам федерального значения



СТАТИСТИКА

По данным InSales.ru

	Город		Доля покупок
1	Москва		40,1%
2	Санкт-Петербург		11,5%
3	Екатеринбург		4,6%
4	Новосибирск		3,1%
5	Краснодар	+5	2,3%
6	Самара		2,0%
7	Нижний Новгород		2,0%
8	Челябинск	-3	2,0%
9	Ростов-на-Дону	+2	1,8%
10	Уфа	-2	1,6%
11	Казань	+1	1,6%
12	Пермь	-3	1,5%
13	Воронеж		1,3%
14	Саратов	+3	1,1%
15	Красноярск	+5	1,0%
16	Ижевск	-2	1,0%
17	Тюмень	-2	0,9%
18	Омск	+1	0,9%
19	Кемерово	-3	0,9%
20	Ярославль	-2	0,9%

СТАТИСТИКА

