

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕЙ ПРОДУКЦИЕЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СЕТЕВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЕ.

*Исламов Откирбек Джурабекович,
Андижанский машиностроительный институт,
«Информационные технологии»
стажер-преподаватель кафедры,
Информационные технологии в экономике и
2 курс магистра систем*

Аннотация

Основные элементы системы электронной коммерции целесообразно разделить, на две большие и вместе с тем достаточно самостоятельные группы. Первую группу элементов представляют все компоненты инфраструктуры системы электронной коммерции, а вторую группу — разновидности организационных форм ее реализации.

Ключевые слова: коммерция, электронная коммерция, электронный магазин

К основным элементам первой группы относятся те, которые составляют основу *инфраструктуры системы электронной коммерции*. Эти элементы существенно отличаются от тех, которые имеют место в традиционных магазинах. Отличие проявляется как в составе элементов, так и в их содержании.

Система электронной коммерции значительно отличается от традиционного (обычного) вида торговли, так как принципиально меняется бизнес-среда, в которой протекает эта торговля. Использование электронной коммерции обуславливает необходимость

разработки дополнительных, ранее не применяемых в традиционной среде компонентов.

Основными элементами инфраструктуры системы электронной коммерции являются:

- 1) специальное программное обеспечение;
- 2) система управления базами данных и приложениями;
- 3) телекоммуникация и связь;
- 4) система, обеспечивающая безопасность актов купли-продажи товаров и услуг;
- 5) юридическое, правовое обеспечение;
- 6) виртуальная банковская система;
- 7) специальные платежные системы;

- 8) автоматизированное складское хозяйство;
- 9) система доставки товаров и оказания услуг;
- 10) финансовые институты (брокерские и другие конторы);
- 11) система налогообложения и таможенных тарифов;
- 12) служба маркетинга, включающая в себя: баннерную рекламу, отдел продаж, отдел дизайна web-страниц, web-серверов, отдел ценообразования.

В системном и во взаимоувязанном виде эти основные элементы инфраструктуры приведены на рис. 29.

Дадим краткий комментарий к наиболее важным компонентам инфраструктуры системы электронной коммерции.

Электронный магазин. Посетивший электронный магазин (web-сервер) потенциальный покупатель может с помощью гипертекстовых ссылок и использования многочисленных мультимедийных возможностей получить в полном объеме интересующую его информацию относительно продукции. В случае удовлетворения товара всем требуемым потребительским свойствам, покупатель может сделать заказ. Существуют различные варианты реализации электронного магазина. В одних случаях подразумевается лишь сопровождение при помощи Интернета сделок и поставок: выбор товара, непосредственно заказ, иногда и оплата. Однако прямая поставка товара производится традиционным способом (товар — это автомобили, компьютеры, бытовая техника и т.п.). В других случаях применение Сети предусматривает возможность поставок посредством использования Интернета.

Специальное программное обеспечение. К нему относятся: языки программирования (Java, HTML, XML и др.); шаблоны для ввода и вывода данных; поддержка многоязычности текстов; дизайн и способы изготовления web-страниц; специальное программное обеспечение и др.

HTML (HyperText Markup Language) - стандартный набор кодов, который используется для создания web-документов; установленный на компьютере браузер пользователя при помощи HTML определяет, в каком виде выводить на экран текст, графику и прочие элементы мультимедиа.

Программный комплекс управления электронным магазином или торговой частью системы — это программное обеспечение, позволяющее разрабатывать и поддерживать торговую систему, работающую в онлайн-режиме.

Системы управления web-контентом — это программное обеспечение, позволяющее разрабатывать и поддерживать динамические информационные web-сайты.

Система, обеспечивающая безопасность актов купли-продажи. Обеспечение эффективного, недорогого и, самое главное, безопасного

средства проведения платежей является одним из наиболее важных условий для эффективного использования системы электронной коммерции.

Юридическое обеспечение. Организация электронной коммерции и торговли должна, во-первых, базироваться на использовании традиционных юридических норм и правил, а во-вторых, предусматривать разработку новых специализированных правовых институтов и процедур. Кроме того, актуальным является унификация законодательства, а также упрощение правил и процедур, применяемых в разных странах.

Исключительно важным принципом является тот, согласно которому стороны, заключившие договор (например, купли-продажи), не вправе ставить под сомнение законность и действительность последнего только на том основании, что он заключен электронным способом. Реализовать этот принцип не всегда удается. В частности, положения такого соглашения не всегда обладают юридической силой в случае судебного разбирательства. Это обусловлено тем обстоятельством, что в данном случае требуется традиционный письменный договор, который содержит все существенные условия, заключенный на бумаге и заверенный собственноручными подписями сторон.

Специальные платежные системы. В настоящее время для проведения платежей через Интернет могут использоваться различные карточные технологии. С этой целью плательщик указывает номер своей платежной карточки, а получатель электронного платежа выставляет на карточный счет плательщика платежное требование. Однако данная технология сравнительно легко уязвима. Дело в том, что сеть Интернет не является защищенной. Поэтому существует вероятность перехвата номера платежной карточки злоумышленником. Последний может использовать этот номер для хищения денежных средств с карточного счета. В свою очередь плательщик не в состоянии контролировать сумму, выставленную на его счет, что также не исключает возможности обмана. Поэтому карточная технология, как слабо защищенная, не может HTML (HyperText Markup Language) - стандартный набор кодов, который используется для создания web-документов; установленный на компьютере браузер пользователя при помощи HTML определяет, в каком виде выводить на экран текст, графику и прочие элементы мультимедиа.

Программный комплекс управления электронным магазином или торговой частью системы — это программное обеспечение, позволяющее разрабатывать и поддерживать торговую систему, работающую в онлайн-режиме.

Системы управления web-контентом — это программное обеспечение, позволяющее разрабатывать и поддерживать динамические информационные web-сайты.

Система, обеспечивающая безопасность актов купли-продажи. Обеспечение эффективного, недорогого и, самое главное, безопасного средства проведения платежей является одним из наиболее важных условий для эффективного использования системы электронной коммерции.

Юридическое обеспечение. Организация электронной коммерции и торговли должна, во-первых, базироваться на использовании традиционных юридических норм и правил, а во-вторых, предусматривать разработку новых специализированных правовых институтов и процедур. Кроме того, актуальным является унификация законодательства, а также упрощение правил и процедур, применяемых в разных странах. Это предполагает тесное сотрудничество бизнеса и соответствующих структур государственной власти не только в пределах одной страны, но и в мировом масштабе.

Исключительно важным принципом является тот, согласно которому стороны, заключившие договор (например, купли-продажи), не вправе ставить под сомнение законность и действительность последнего только на том основании, что он заключен электронным способом. Реализовать этот принцип не всегда удается. В частности, положения такого соглашения не всегда обладают юридической силой в случае судебного разбирательства. Это обусловлено тем обстоятельством, что в данном случае требуется традиционный письменный договор, который содержит все существенные условия, заключенный на бумаге и заверенный собственноручными подписями сторон. В результате электронная коммерция часто не в состоянии преодолеть правовые препятствия, которые возникают вследствие общеобязательных положений национального закона.

Специальные платежные системы. В настоящее время для проведения платежей через Интернет могут использоваться различные карточные технологии. С этой целью плательщик указывает номер своей платежной карточки, а получатель электронного платежа выставляет на карточный счет плательщика платежное требование. Однако данная технология сравнительно легко уязвима. Дело в том, что сеть Интернет не является защищенной. Поэтому существует вероятность перехвата номера платежной карточки злоумышленником. Последний может использовать этот номер для хищения денежных средств с карточного счета. В свою очередь плательщик не в состоянии контролировать сумму, выставленную на его счет, что также не исключает возможности обмана. Поэтому карточная технология, как слабо защищенная, не может удовлетворять всем необходимым требованиям. Кроме того, к карточному счету плательщика имеет доступ получатель платежа. Для устранения этих недостатков в настоящее время разрабатываются специальные электронные деньги, которые позволили бы осуществлять платежи через

Интернет анонимно. В настоящее время известно несколько десятков различных платежных систем. Все их разнообразие можно разделить на четыре основные группы:

1. Протоколы сеанса связи, обеспечивающие безопасную передачу данных.
2. Системы, основывающиеся на использовании пластиковых карт.
3. Платежные системы, ориентированные на применение смарткарт (**смарткарта** представляет собой микрокомпьютер, который может содержать процессор, память, систему ввода-вывода. Карта снабжается операционной системой и системой безопасности для защиты данных с возможностью их кодирования).
4. Электронные наличные.

Литература:

1. Калужский М.Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход / М.Л. Калужский. – М. : Directmedia, 2016. – 388 с.
2. Сергеев В.И. Управление цепями поставок: учебник для бакалавров и магистров / В.И. Сергеев. – М. : Юрайт, 2014. – 479 с.
3. Сток Дж.Р. Стратегическое управление логистикой / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт. – М. : Инфра-М, 2005. – 830 с.
6. Юрасов А.В. Электронная коммерция / А.В. Юрасов. – М. : Дело, 2003. – 480 с.