**Интернет – современное средство продвижения и продажи товаров**

Курсовая работа по курсу “Маркетинг”

Подготовил студент группы ВМ-309, факультет “Менеджмент” Галимов Алексей Наилович

Современная Гуманитарная академия

Сегежа

2005 г.

**Введение**

О том, что такое Интернет, и что собой представляет Всемирная Сеть написано огромное количество книг и статей. Поэтому нет смысла рассказывать о том, как правильно подключиться к Интернету и пользоваться им для поиска необходимой информации. Сейчас о возможностях сети Интернет знает практически каждый пользователь, а количество посетителей Всемирной Сети увеличивается нарастающими темпами.

По процентному соотношению наибольшее число пользователей Интернета в Швеции, где 62% жителей регулярно обращаются в Интернет.

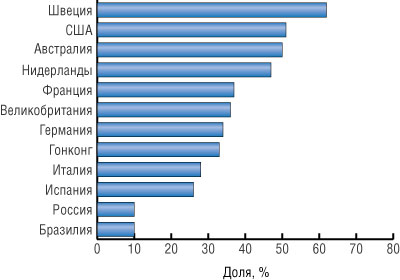


Рис. 1. Доля пользователей Интернета в разных странах

(comScore Media Metrix, 2004)

Что касается России, то по процентному соотношению количество пользователей составляет 10% и по абсолютному числу пользователей до 12,1 млн. человек на конец лета 2004 года. Сегодня Россия сравнялась с Бразилией. Но есть все основания предполагать, что активный рост Интернет-аудитории продолжится. По мнению многих экспертов, аудитория Рунета к 2005-2006 годам вырастет до 20 млн.

Российские пользователи чаще всего обращаются к Сети за получением информации, пользуются электронной почтой, читают новости, скачивают программное обеспечение, проводят банковские или финансовые операции и совершают on-lain-покупки.

Покупки в электронных магазинах постепенно становятся нормой. Значительно вырос в Сети интерес пользователей не только к новостной и развлекательной информации, к сведениям о товарах, но и к материалам, которые могут помочь в развитии бизнеса. Сегодня вопрос создания своего веб-представительства в Интернет очень актуален. Все больше и больше компаний сознают важность и необходимость создания своего бизнес-сайта. Многие компании начинают понимать, что Интернет это новая экономика, приносящая прибыль 24 часа в сутки и вовлекающая все больше людей. Согласно исследованиям, проведённым российским интернет-журналом "Business Online", после открытия компаниями собственных веб-представительств рост объёма продаж увеличивается от 5 до 20%.

Но на этапе создания своего веб-представительства каждого бизнесмена ожидает масса индивидуальных вопросов, которые связаны в первую очередь с совершенно новой, современной возможностью продвижения товаров и услуг через электронный магазин и некомпетентностью в этой области.

Целью данной работы является освещение вопросов, связанных с технологией создания своего веб-представительства в Интернет. Основная задача является раскрытие возможности увеличения прибыли при создании компанией своего бизнес-сайта. Как компания, имея бизнес-сайт, может увеличить прибыль, как продавать и совершать покупки через Интернет-магазин, какие для этого существуют возможности, как рекламировать свой электронный магазин и самое главное как создать бизнес-сайт, используя для этого минимальные издержки? Эти и другие вопросы будут раскрыты в данной курсовой работе.

**Современное средство продвижения и продажи товаров**

Сейчас перед любой компанией, фирмой, организацией и т. д. (далее компания) стоит вопрос максимизации прибыли. Каждый предприниматель, менеджер, бизнесмен (далее предприниматель) ищет варианты, возможности сделать свою продукцию доступной наибольшему числу покупателей. На пути двадцатого столетия пришла уникальная возможность совершать покупки, не выходя из дома, в режиме on-lain. А для предпринимателей малого и среднего бизнеса это возможность привлечения дополнительной потенциальной аудитории. Эту возможность нам дала Всемирная Сеть Интернет.

Интернет как нельзя лучше и дешевле может предоставить именно такую познавательную информацию, которая, будучи сопровожденной описаниями реальных товаров, услуг, позволит компании заинтересовать потенциального покупателя. "Главное, - чтобы клиент к нам пришел!" - эта любимая фраза многих менеджеров является лучшим девизом для развития российской электронной торговли.

Основа Интернета – это веб-страницы. Веб-страницы наполняются информацией в виде текста и графических объектов. Несколько страниц с уникальным доменным именем определяют сайт. Слово сайт (по-английски site) само по себе означает “место”. Место в сети Интернет. Веб-страницы сайта имеют возможность перехода как внутри сайта, так и с одного сайта на другой. Сайт – это, прежде всего информационный ресурс для посетителя. Бизнес-сайт – это лучшая витрина для любой рекламной компании. Красочные, умело подобранные иллюстрации с изображениями товаров привлекают внимание тысяч посетителей с разных частей света. Именно на бизнес-сайте любой посетитель сможет узнать всю необходимую информацию о компании, о продукции, методах оплаты и доставке товаров. На страницах сайта обычно размещена информация об истории компании, её достижениях, о товарах, продукции услугах, скидках, деловых партнёрах и планах на будущее.

Сайт – это визитная карточка компании, Сайт иногда называют Интернет-книгой, которая также содержит информацию как книга в виде страниц. Строгого определения сайта не существует – например, некоторые разделы больших сайтов вполне могут восприниматься и даже определяться их владельцами как отдельные сайты. Стартовую страницу, которая появляется при обращении к доменному имени сайта часто называют “мордой” сайта.

На сайте в первую очередь размещается полезная, необходимая информация о продуктах, услугах. Это могут быть красочные фотографии с описанием товара, его характеристика, функциональные отличия от других товаров данной группы. Некоторые компании для удобства размещают прайс-лист, чтобы посетители могли сразу узнать о цене того продукта, который им необходим. Интернет-сайт дает возможность посетителям при необходимости скачать прайс-лист и, отключившись от Интернет рассмотреть продукцию в режиме of-lain, а потом, сделав выбор, снова подключиться, и произвести заказ. Хороший сайт всегда располагает страницу с формой обратной связи, которая дает возможность задать компании вопрос, оставить свое мнение. Более того, отсутствие такой формы на сайте сейчас считается дурным тоном. Разновидностью такой формы является гостевая книга. Когда пользователь заполняет такую форму в гостевой книге, его отзыв сразу же публикуется на сайте, на всеобщее обозрение. Этот демографический вариант сбора отзывов и является публичным, так как варианты оставленных сообщений будут доступны для всех посетителей.

**Источник дополнительной прибыли – функция маркетинговых мероприятий**

Самым важным в наличие бизнес-сайта является то, что сайт для компании увеличивает прибыль. В первую очередь это происходит из-за того, что увеличивается количество потенциальных клиентов, которые приходят в электронный магазин через сеть Интернет. Происходит это по причине того, что сейчас многие люди предпочитают находить любую информацию, в том числе и о товарах, и услугах через Интернет. Имея возможность выхода в Интернет, человек обязательно ею воспользуется, а, приобретая какой-нибудь товар или услугу не выходя из дома, он обретает уникальную возможность сервиса и экономии своего времени.

В процессе поиска информации потребители найдут необходимый для удовлетворения своих потребностей красивый, полезный сайт, получат информацию о продуктах или услугах и смогут заказать их. Если это выходной день и оператор, менеджер, любой ответственный человек за прием заказов, заявок, вопросов не работает, то в будние дни он обязательно свяжется с посетителем через оставленный адрес, возможно, это будет телефон или e-mail и даст ответы на возникшие вопросы посетителя или поможет в оформлении заказа. Если услуга, продукт, товар, а также сервис обслуживания устраивает посетителя, то он будет клиентом этой компании навсегда.

Всем известны законы цифр, если посещаемость сайта увеличивается, на сайт заходит больше потенциальных посетителей, то соответственно увеличивается количество реальных покупателей. Например, если на сайт заходит 100 человек, и имеют возможность воспользоваться информацией о товарах, услугах, определиться в покупке и совершить покупку, то один из этого количества обязательно это сделает. Если приходит 200 человек, то - двое, если 500, то - пятеро и так далее. Поэтому, возможность увеличения потенциальных посетителей ведет к увеличению продаж и соответственно увеличению доходов.

Как уже отмечалось выше, в России согласно статистике 2004 года каждые десять человек пользуются Интернетом. Это примерно 14 млн. человек, 10% от количества населения страны. И все эти люди входят в Интернет, чтобы найти необходимую информацию. Люди ищут информацию по разным причинам и в том числе одна из причин - это совершение сделок, приобретение товаров и услуг. И разница между компаниями, которые имеют Интернет-сайт и которые не имеют сайт, заключаются в том, что у первой компании имеется два источника информации о продукте или услугах, а у второй компании только один источник информации. Соответственно у второй компании будет только одна группа людей, которая способна получить информацию.

К примеру, если взять город Сегежа с численностью населения примерно 40 тысяч человек, то можно вычислить круг потенциальных посетителей сети Интернет, это примерно 4 тысячи, согласно статистике на период 2004 года.

Но в каждый год количество желающих воспользоваться услугами Интернет соответственно увеличивается. И если предприниматель создает сайт сейчас, то он приобретает возможность уже сейчас получить доступ к многотысячной аудитории пользователей Интернет, число которых будет увеличиваться нарастающими темпами. Если компания открывает свое представительство в Интернет, то она получаете эту аудиторию, и соответственно постоянно расширяет круг своих потенциальных клиентов.

Основные преимущества сайта состоят в том, что информация с сайта доступна в любое время суток. К примеру, человек в выходной день сел за свой компьютер или открыл газету и нашел нужное объявление. Человек решает узнать о свойствах товара, услуге, цене и т.д. Он набирает номер телефона и… Понятно, что в выходной день в офисе никого нет. Этот человек хотел получить информацию, но в данный или можно сказать в определенный момент у него такой возможности не оказалось. Это значит, что он не будет ждать понедельника, скорее всего он забудет об этом. А, просматривая эту же газету, найдет другое объявление. Это объявление в отличие от первого будет иметь адрес сайта компании, которая будет продавать именно то, что человек ищет. Например, продажа компьютеров и их комплектующих или бытовой техники в виде телевизоров холодильников, стиральных машин и т. д. и т. п. Человек, ищущий определенную информацию, попадет в магазин другого предпринимателя. У покупателя сразу же появляется возможность определиться, и выбрать необходимый ему товар. Он сделает запрос, например, через форму обратной связи или через e-mail. В рабочее время с ним свяжется работник компании, это может быть продавец или менеджер, и сделка состоится.

Представьте второй случай, когда человек, имея желание что-то приобрести, начинает звонить в компанию и не дозванивается, так как телефонная линия занята. Что он делает в этой ситуации? Конечно, он попробует еще раз дозвониться. Он звонит еще раз, но там опять занято, еще раз – занято. Он подождет 10 минут, пробует дозвониться, и опять занято. Конечно же, человек не будет звонить целый день. Он перейдет к следующему объявлению, и будет идти от объявления к объявлению пока не дозвониться. Это значит что человек, который не смог дозвониться до магазина, не будет клиентом этой компании. Компания, фирма или частный предприниматель потеряет его навсегда.

Если компания имеете Интернет-сайт, то покупатель имеет возможность посетить электронный магазин этой компании и оценить сервис. А, как известно, сервис это функция дохода. В этих ситуациях, скорее всего один из предпринимателей, владельцев какой-нибудь компании приобретет нового клиента, а другой соответственно его потеряет и возможно потеряет навсегда. Потому, что в любом бизнесе важным моментом увеличения прибыли является как цена товара, так и сфера обслуживания клиента.

Конечно бизнес-сайт - это не только дополнительный сервис услуг, но и тонкий маркетинговый инструмент, позволяющий выяснять интересы целевой аудитории, укреплять имидж компании, продвигать торговую марку, привлекать потенциальных клиентов и партнеров. Ключами к источнику дополнительной прибыли являются удачно разработанный бизнес-сайт и эффективные маркетинговые мероприятия.

Несмотря на то, что Интернет уже является неотъемлемой частью бизнеса для многих компаний, мало кому удается организовать работу в этой области достаточно эффективно. Некоторые компании использует Интернет не в полной мере, другие – применяют сеть лишь в сокращенном виде, используя электронную почту и время, от времени обновляя собственный сайт.

Можно выделить три основных способа попадания посетителей на бизнес-сайт компании: он может быть обнаружен с помощью поисковых машин; на сайт можно перейти по гипертекстовым ссылкам; о нем можно узнать из других источников информации, в том числе традиционных (газеты, журналы, радио и т.д.).

Эффективность посещения сайта зависит от двух факторов взаимосвязанных между собой: эффективность рекламной компании проводимой специалистами по рекламе или владельцем сайта; качество сайта, его соответствие ожиданиям целевой аудитории. Подобные вопросы находятся в компетенции владельца сайта или ответственного менеджера по наполнению информацией о продукте виду деятельности и т. д.

Рекламная кампания, направленная на оповещение пользователей Интернет о Интернет-сайте, может содержать следующие мероприятия:

регистрация сайта в поисковых машинах;

размещение ссылок в каталогах;

публикация на серверах материалов, содержащих ссылки на Интернет-сайт или баннерная реклама;

использование списков рассылки;

использование адреса сайта во всех видах рекламной продукции компании;

использование традиционных видов рекламы.

Рассмотрим некоторые особенности использования возможностей Интернет для промышленных предприятий. Промышленность является областью, для которой задача построения имиджа практически невозможна без предоставления технологической информации о выпускаемой продукции. Таким образом, в качестве главной задачи рекламной кампании производителя может рассматриваться привлечение специалистов для предоставления им технологической информации, подчеркивающей достоинства продвигаемой продукции.

Одним из способов реализации данной цели может быть открытие новостного раздела компании-производителя на сайте или в почтовых рассылках, ориентированных на специалистов данной области. Этот раздел может представлять собой дайджест технологических новостей со ссылкой на более подробную информацию на сервере производителя.

Основное достоинство такого способа размещения информации состоит в том, что в отличие от баннеров, он не несет рекламной окраски и поэтому изначально воспринимается с большим доверием. Используя такой способ, нельзя забывать про своевременное обновление такой информации, потому что в противном случае эффект будет обратный ожидаемому.

Количество читающих почтовые рассылки в Интернет очень велико. Только на Subscribe.Ru количество подписчиков достигает 2,5 миллионов человек. И эта аудитория постоянно увеличивается, каждый день открываются новые рассылки. Количество подписчиков на некоторые рассылки достигает полумиллиона человек, а то и больше. Много ли газет и журналов могут похвастаться такой аудиторией?

Все, что необходимо сделать для формирования собственного подписного листа - открыть свою рассылку и разместить на всех страницах сайта форму быстрой подписки с описанием всех выгод рассылки и предложением подписаться немедленно.

Наилучший способ осуществления выпуска своей рассылки заключается не в обладании специальным программным обеспечением, рассылающим выпуски по заданному списку адресов, а использование онлайнового сервиса, осуществляющего выпуск. Достаточно лишь ввести текст выпуска и нажать кнопку "отправить" и рассылка будет разослана подписчикам. Сервис также выполнит всю необходимую работу по сбору и регистрации адресов подписчиков.

Таким образом, можно сделать вывод, что Интернет-реклама - это комплекс мероприятий в Сети, нацеленных на привлечение внимания аудитории. Принятие решения о проведении рекламной кампании с использованием Интернет, выбор вида рекламного воздействия является индивидуальным процессом для каждой компании в зависимости от сферы ее деятельности, и особенностей выпускаемой продукции.

Важным моментом является использование разнообразных видов рекламы Интернет-проекта и наличие оптимального количество рекламного (баннерного) материала на страницах сайта. Замыкаться на одной только баннерной рекламе не стоит, тем более что Интернет-маркетологи давно заметили: чем меньше реклама похожа на рекламу, тем больший первичный эффект достигается при ее использовании.

Создание Интернет-сайта с минимальными издержками и максимальными возможностями

В настоящее время стоимость индивидуальной разработки бизнес-сайта на рынке информационных технологий России составляет в среднем:

$300 за работу программиста по созданию сайта;

$400 за услуги профессионального дизайнера.

Кроме этого, потребуется минимум $50 в месяц или более $600 в год за услуги вебмастера, осуществляющего поддержку и развитие сайта.

А, как известно, доверяя бесплатным хостинговым службам, компании, создавая свой сайт, получают низкий уровень сервиса, обилие посторонней рекламы на сайте, а главное - нестабильность работы и отсутствие любых гарантий.

В настоящее время в сети Интернет создано огромное количество профессиональных сайтов с помощью конструктора создания сайтов e-Gloryon Package.

Количество и качество информационных сайтов созданных с помощью e-Gloryon Package I можно посмотреть в каталоге www.catalog.e-gloryon.com. А также сайты созданные для бизнеса e-Gloryon Package II (имеющие полнофункциональный электронный магазин) по адресу www.e-gloryon.biz.

В данный момент продукт является лучшим программным комплексом в России и стран СНГ по созданию информационных сайтов и сайтов для ведения бизнеса. Конструктор сайта e-Gloryon это уникальная возможность начать большую рекламную кампанию. В комплект e-Gloryon Package входит:

коллекция готовых шаблонов сайтов, специально разработанных профессиональными дизайнерами, более 70 категорий для различных видов бизнеса;

удобный конструктор, позволяющий легко создавать и модифицировать сайт, не обладая знаниями в области компьютерных технологий;

обширная, постоянно пополняющаяся библиотека, содержащая более двухсот графических элементов оформления сайта, доступных для использования;

полный контроль над развитием сайта, возможность самостоятельного своевременного обновления информации;

Готовые примеры страниц и разделов, необходимых для быстрого создания полноценного бизнес-сайта;

Набор красочных иллюстраций и анимированных изображений, позволяющих сделать ваш сайт интересным любому посетителю;

75 Мб хостинга сайта на год.

При совершении покупки в Интернет, выбранные клиентом товары автоматически добавляются в индивидуальную корзину покупателя. Этот важный инструмент уже получил признание потребителей и сейчас является неотъемлемым атрибутом Интернет-магазином всех известных мировых компаний.

Посетитель магазина в любой момент может просмотреть содержимое своей корзины, изменить количество заказанной продукции. Общая стоимость заказа вычисляется автоматически - еще одно из преимуществ электронной коммерции.

Для отправки заказа покупателю достаточно указать необходимые данные о себе. Любой посетитель сайта сможет оперативно связаться со службами компании, отправив сообщение прямо со страницы сайта с помощью электронной почты или формы обратной связи.

Интерсетевой холдинг Gloryon осуществляет поддержку по развитию сайтов и периодически проводит модернизацию продукта под условия рынка.[[[1]](#footnote-1)]

В октябре 2004 года была произведена очередная модернизация конструктора сайта e-Gloryon Набор I. Основные новшества, которые были добавлены в эту версию:

Удвоилось количество дизайнов. Выбор оформления сайта расширился в два раза.

Появился режим публикации, когда сайт просматривается, а изменения появляются только после нажатия специальной кнопки.

Появились подменю. Возможность в разделах указывать подразделы.

Появилась возможность самостоятельно прописывать конечный адрес каждой страницы. Например, glor.ru/contacts вместо glor.ru/75128451

Появилась возможность изменять пароль для редактирования (не через службу поддержки - самому).

Возможность самостоятельно на сайте привязывать дополнительные домены (не через службу поддержки - самому).

Новый раздел - карта сайта.

Новый раздел - Список ссылок.

Новый раздел - голосование со статистикой.

Новый раздел - реклама.

Новая скинмашина. Расширенные возможности оформления страниц сайта.

Каждый сайт набора теперь автономен, и по одной карте можно зарегистрировать 4 сайта с разными именами.

Появились прототипы - то есть шаблоны содержания сайта - подготовленная информация.

Появился единый каталог сайтов e-Gloryon, разбитый по категориям.

Любую страницу сайта можно защитить паролем для просмотра определенными пользователями.

Возможность самостоятельно указывать любой размер размещаемого изображения.

Появился поиск по сайту. Возможность размещения на сайте специальной формы для поиска.

Огромная работа, большие затраты времени и сил были приложены для того, чтобы предприниматели смогли по-настоящему оценить удобство работы с конструктором, а также вывести свой бизнес на новую ступень развития.

**Покупки в Интернет и способы оплаты**

Для того чтобы понять процесс совершения покупки в Интернет необходимо его совершить.

В качестве простого примера посетим один из менеджерских сайтов по адресу www.glor.ru посвященный продаже вышеперечисленных конструкторов e-Gloryon и дальнейшему продвижению этих сайтов в сети Интернет.

Основные отличия конструкторов "e-Gloryon Набор I" и "e-Gloryon Набор II" заключается в их функциональных возможностях, а именно возможность создать полнофункциональный электронный Интернет-магазин, или просто разместить каталог продукции с фотографиями, ценами и формой обратной связи.

Рассмотрим на примере приобретения конструктора сайта e-Gloryon Набор I. В этот набор входит четыре информационных сайта.

Для того чтобы начать работу с Интернет-магазином, необходимо войти в раздел "Каталог", где представлены виртуальные наборы, конструкторы построения сайта.

На странице "Каталог" напротив конструктора под названием e-Gloryon Набор 1 " Ваш Дом в Виртуальном мире " (включая 1 год обслуживания) ID: 10610 ставим цифру 1 в графу количество и в самом низу страницы "Каталог" нажимаем “посмотреть заказ”. После этой операции мы автоматически переходим на страницу корзина, в которой будет лежать наш заказ e-Gloryon Набор 1 " Ваш Дом в Виртуальном мире ".

Чтобы изменить количество того или иного товара, надо заполнить поле Количество и нажать на кнопку "Обновить". Чтобы очистить корзину заказа, нужно нажать на кнопку "Очистить".

Если заказать что-то еще, то необходимо вернуться в "Каталог" и выбрать еще продукты, которые таким же образом нужно поместить в корзину заказа. При этом ранее помещенные продукты из корзины заказа не пропадут.

Любой ненужный продукт можно из "Корзины" убрать, поставив количество этого товара - "0" и нажать кнопку "Обновить".

После того, как мы окончательно определились в выборе, мы возвращаемся на страницу "Корзина" и продолжить оформление заказа. На этой странице ниже расположены две формы для дальнейшего подтверждения заказа.

Если клиент уже регистрировался на этом сайте, то ему нужно ввести свой логин и пароль в верхней форме и нажать кнопку "Оформить заказ", после чего он перейдете на сайт холдинга в свой электронный магазин для оформления адреса доставки и подтверждения заказа.

Если же мы делаем заказ впервые, то необходимо зарегистрироваться в качестве клиента - для этого предназначена вторая форма, где нужно будет заполнить следующие поля:

Фамилия и имя - они будут использоваться при доставке товара. Это обязательные поля.

Отчество, дата рождения, телефон - поля необязательные, но желательные для заполнения. При наличии этих полей будет легче решить проблемы доставки товаров (если они появятся).

Пароль, пароль (повторно) и e-mail - эти поля обязательны, потому что на указанный адрес придет логин и пароль, которые будут использоваться для повторных заказов и отслеживания статуса заказа.

После заполнения формы и нажав на кнопку "Оформить заказ", которая расположена чуть ниже формы, мы автоматически переходим на сайт холдинга в свой электронный магазин для оформления реквизитов доставки товара и подтверждения заказа. Электронный магазин является личным магазином клиента, в который он будет попадать через свой индивидуальный логин и пароль. В сети Интернет есть такое выражение “зайти в свой аккаунт”.

На этой странице нам необходимо будет очень внимательно внести остальную информацию (на этот адрес придут документы, а именно сертификат качества и договор), в основном это реквизиты клиента. Пометим галочкой “заказным письмом” (это означает, что сертификат качества и договор придут по указанному адресу заказным письмом, например на домашний адрес) и нажимаем на слово “пересчитать”. Тут же появится сумма заказа. Далее если сумма устаревает, то нажимаем на слово “заказать”. Если же сумма не устраивает, нажимаем “отменить заказ”.

Далее мы переходим на страницу, где будет отражена информация с реквизитами, для оплаты счета, которые желательно скопировать на свой компьютер и отключиться от сети Интернет. Заполняем счет. Вводим все необходимые реквизиты с сохраненной страницы и оплачиваем этот счет в любом сбербанке или в сберкассе, если другой вид оплаты не был оговорен с менеджером компании.

Для заключения сделки с юридическим лицом необходимо составить договор. Для составления договора необходимо выслать на e-mail данные юридического лица:

Название организации

Директор (Ф.И.О.)

ИНН (10-значный код)

Юридический адрес

Банк

Расчётный счёт (20-значный код)

Корр. счёт (20-значный код)

БИК (9-значный код)

Договор и сертификат качества выбранных продуктов придут на адрес, указанный во время оформления заказа.

Если по каким то причинам не получается произвести заказ, то на сайте можно задать вопрос через форму обратной связи или e-mail. В этом случае оператор при необходимости свяжется с клиентом. Произведет и оформит заказ в течение суток и пришлет на указанный e-mail готовый счет на оплату и договор.[[[2]](#footnote-2)]

В данный момент способов оплаты в Интернете имеется огромное количество, начиная от наличного расчета и заканчивая кредитными картами. Платежи по кредитным картам наиболее широко распространены на Западе, но постепенно получают распространение в России и странах СНГ. В России платежных систем меньше, ориентированы они в первую очередь на клиентов из России и стран СНГ. Наиболее известными платежными системами считаются:

**1. Платежная система WebMoney Transfer**

WebMoney Transfer (www.webmoney.ru) - внебанковская система финансовых расчетов, она существует с 1998 года. Ее достоинства - анонимность и быстрота совершения сделок. Если покупатель заказывает товар в Интернет-магазине, то счет на него придет через две-три секунды, а деньги перечисляются на счет магазина сразу же, как только покупатель подтвердит оплату. Насколько быстро товар будет доставлен покупателю, зависит только от оперативности работы магазина.

Реальная передача денежных знаков в данном случае отсутствует, а платежи совершаются внутри самой системы. Поэтому плата за совершение сделки (транзакции) относительно невелика - 0,8% от ее суммы. По этой же причине все расчеты совершаются мгновенно, в течение 2-З секунд.

для работы в WebMoney Transfer пользователь должен загрузить на свой компьютер клиентскую программу WebMoney Transfer, которая устанавливает различные “кошельки” ведет журнал входящих и исходящих счетов и систему обмена сообщениями.

**2. Система Яндекс. Деньги**

Платежная система Яндекс. Деньги (www.money.yandex.ru). Ее основная цель - повысить безопасность и защищенность онлайновых сделок. В качестве процессингового центра выступает Экомбанк.

Чтобы занести на свой счет некую сумму, клиент может перевести ее почтовым или банковским переводом (то и другое требует уплаты комиссии), или уплатить наличными в офисе, или же, что наиболее удобно воспользоваться предоплаченной картой. Все три способа предусматривают дебетный принцип.

Процедура установки программы и пользования не составляет сложностей. Кошелек находится на сайте проекта и занимает менее полутора мегабайт.

При установке программы надо задать пароль для доступа к ней. Кроме того, следует ввести паспортные данные. Это требуется для гарантии безопасности счета, хотя и не является обязательным.

Интернет. Кошелек напоминает счет в банке. При совершении покупок платить напрямую из него нельзя, сначала надо “взять со счета” некоторую сумму и положить ее на свой компьютер. Только эта сумма и будет доступна при совершении покупок в Интернет-магазине, если ее не хватит, программа сама предложит перевести недостающую сумму со счета.

**Система RUPAY**

Система RUPAY является самой уникальной системой по разнообразию приёмов платежей. Её уникальность состоит в том, что, установив html-код на своем сайте, продавец предлагает более 20-ти способов оплаты и выдает реквизиты для оплаты на выбранный способ платежа. Покупатель может не иметь счет в RUpay и, оплатив полученный счет, деньги зачисляются на счет продавца.

Возможности:

принимаются безналичные платежи в России, Украине и любой стране мира.

принимаются наличные платежи в России и Украине

принимается оплата различными виртуальными деньгами - WebMoney, Яндекс.Деньги, e-gold и др.

принимаются к оплате чеки, Western Union и другие платежи.

Каждый зарегистрированный сайт или Интернет-магазин имеет свой индивидуальный номер ID, который привязан к личному счету и все поступившие платежи автоматически зачисляются на личный счет в день поступления средств, после чего можно вывести деньги любым удобным способом.

Установка системы приема платежей занимает пару минут, для этого необходимо зарегистрироваться как пользователь и зарегистрировать свой сайт.[[[3]](#footnote-3)]

**Заключение**

И так, мы рассмотрели основные преимущества создания компанией своего веб-представительства как источника дополнительной прибыли. Большое внимание было уделено рассмотрению вопросов, связанных с наполнением сайта информацией о продукции и видах оплаты товаров, приобретенных через электронный магазин компании. Более подробно была освещена информация об уникальной работе электронного магазина как информационного блока, работающего 24 часа в сутки и семь дней в неделю без праздников, выходных, больничных, перекуров и перерывов на обед. Информация с сайта доступна для посетителей практически всегда. Интернет-сайт это рекламный блок, это книга, источник моментальной и постоянно свежей, обновленной информации о направлении деятельности компании, о продукции, ценах, услугах, скидках, предложениях для партнеров и т. д. Сайт это дополнительные клиенты, партнеры, которые приходят через Интернет. Сайт обслуживает любое количество людей одновременно, это рекламный блок для широкого круга посетителей. Независимо от количества потребителей, они все одновременно получат любую необходимую информацию о деятельности компании.

Компания, открывающая свое представительство в Интернете, имеет возможность снизить издержки за счет переноса нагрузки по работе с клиентами на Интернет-сайт. Если у компании появился Интернет-сайт, часть клиентов будет получать информацию с него, а не от продавца или менеджера по работе с клиентами. Значит, снизится нагрузка на служащих компании. Снижение нагрузки позволит сразу снизить расходы – обойтись без увеличения штата сотрудников и без покупки нового оборудования (телефоны, АТС). А снижение расходов, как известно, приводит к увеличению прибыли компании. Таким образом, с помощью Интернет-сайта компания увеличивает свою прибыль.

В современном мире Интернет прочно занял свое место во всех сферах жизни человека. В личной жизни - это виртуальные романы, переписка с близкими людьми, независимо от того насколько далеко они оказались друг от друга, "поход" в магазин за покупками. В деловой, профессиональной сфере - это незаменимый помощник в расширении своего бизнеса.

Создание бизнес-сайта способно значительно увеличить рост прибылей за счёт круглосуточной Интернет-рекламы, расширения рынков сбыта, привлечения новых покупателей и установления новых деловых связей.

Бизнес-сайт - это реклама продукции в Интернете, а также полноценный Интернет-магазин с каталогами товаров и удобным механизмом заказа продукции в режиме онлайн.

С появлением Интернета всё большее значение в экономике стала приобретать электронная коммерция - форма поставки продукции, при которой выбор и заказ товаров осуществляется через компьютерные сети. Интернет - это новое слово в сфере коммуникации. Он позволяет получить мгновенный доступ к любому информационному ресурсу. Интернет – сам массовый и оперативный источник информации. Свое представительство в сети имеет практически каждая западная организация, фирма или компания[[[4]](#footnote-4)]

Сегодня любая уважающая себя компания в России и странах СНГ должна иметь собственный сайт, чтобы в скором будущем не оказаться вне мирового бизнеса. Создавая свой сайт, компании и индивидуальные представители приобретают уникальную возможность рассказать о себе всему миру.

**Список литературы**

Богданов-Ктьков Н. В., Орлов А.А. Интернет: Новейший справочник. М.: Издательство Эксмо; СПБ: СОВА, 2003.

Джон Крейнак, Джон Хебрейнен. Энциклопедия Интернет. Санкт-Петербург, 1999.

Джон Р.Левин, Крол Баради, Маргарет Левин-Янг, Научно-популярное издательство, Internet для “чайников”, 9-е издание.

Леонтьев В.П. Новейшая энциклопедия персонального компьютера, М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002г.

Пащенко И. Г. Internet. Руководство для начинающих и не только. – М.: Издательство Эксмо, 2005.

www.e-gloryon.com Посвящен программному комплексу e-Gloryon Package I – конструктору создания сайта.

www.glor.ru Менеджерский магазин, созданный для приобретения конструкторов сайта e-Gloryon Package.

www.webmoney.ru Платежная система WebMoney Transfer.

www.PayCash.ru Платежная система PayCash.

www.money.yandex.ru Платежная система Яндекс.Деньги.

1. www.e-gloryon.com Посвящен программному комплексу e-Gloryon Package I – конструктору создания сайта. [↑](#footnote-ref-1)
2. www.glor.ru Менеджерский магазин, созданный для приобретения конструкторов сайта e-Gloryon Package. Инструкция. [↑](#footnote-ref-2)
3. Пащенко И. Г. Internet. Руководство для начинающих и не только. – М.: Издательство Эксмо, 2005. [↑](#footnote-ref-3)
4. Богданов-Ктьков Н. В., Орлов А.А. Интернет: Новейший справочник. М.: Издательство Эксмо; СПБ: СОВА, 2003. [↑](#footnote-ref-4)