**Тема 9. Електронна комерція. Електронна банківська діяльність (інтернет-банкінг). Електронні брокерські послуги (інтернет-трейдинг)**

# Електронна комерція

Електронна комерція (е-commerce) – вид електронної комерційної діяльності – продаж, здача в оренду, надання ліцензій, постачання товарів, послуг або інформації і тому подібне з використанням інформаційних комунікаційних технологій. Поняття «е-комерція» ширше, ніж поняття «електрона торгівля» (ЕТ), оскільки воно охоплює всі види електронної і комерційної діяльності. Іншими словами це обмін матеріальних або віртуальних товарів/послуг на гроші (електронні) між об’єктами комерційної діяльності в мережі Iнтернет, при чому весь цикл комерційної трансакції або її частина здійснюється електронним способом.

Електронна комерція може відбуватися між суб’єктами підприємництва під час виробництва і продажу товарів (бізнес-бізнес), між суб’єктом підприємництва і споживачем, під час продажу і розповсюдження товарів (бізнес-споживач), між двома споживачами (споживач-споживач).

# Електронна банківська діяльність (інтернет-банкінг)

**Електронна банківська діяльність** (інтернет-банкінг) – це операції, які здійснюються через комп’ютерні мережі (наприклад, в Україні, відома система

«Банк-клієнт»), або з використанням спеціальних комп’ютерних мереж або з використанням мережі Iнтернет.

Електронний банк дозволяє клієнтам отримувати доступ до їх рахунків і здійснювати різні фінансові трансакції.

**Транзакція** – елементарна комерційна дія – переказ грошей, підтвердження про їх отримання, надання інформації про котирування певних цінних паперів і тому подібне. Разом з ідентифікатором і реєстраційним ім’ям з метою безпеки використовують списки номерів трансакцій, тобто набору одноразових паролів, використовуваних тільки для однієї банківської операції.

Електронний банк надає клієнтам повне самообслуговування, споживачі детально можуть проглянути стан своїх рахунків, включаючи історію (запис всіх виплат і надходжень), здійснювати переказ суми, замовляти чеки, оплачувати рахунки. Перші системи, в яких здійснено переказ грошей з рахунку на рахунок через Інтернет, з’явилися у 1995 році. Вже зараз можна говорити про формування у світі цього модель у ринку послуг. Близько 100 великих банків Європи надають послуги інтернет-банкінгу. У США набула поширення система інтернет-банкінгу Citibank Online, кількість користувачів якої на сьогодні понад два мільйони чоловік, дозволяє забезпечити проведення розрахунків і контролювати їх учасниками фінансових відносин.

Щоб стати клієнтом віртуального банку, споживач повинен підключатися до Інтернету й установити відповідне ПЗ на своєму комп’ютері. Відкривши рахунок у банку, користувач отримує можливість вести розрахунки з постачальниками послуг через Інтернет, здійснювати платежі за комунальні послуги, купувати товари у віртуальних магазинах і тому подібне.

Використання системи інтернет-банкінгу надає такі переваги: суттєво економиться час, тому що не потрібно відвідувати банк; клієнт має можливість 24 години на добу контролювати власні рахунки і відповідно до ситуації на фінансових ринках миттєво реагувати на ці зміни. Оскільки витрати на організацію банківського обслуговування через Інтернет достатньо малі, віртуальні банки більшості індустріально розвинених країн пропонують своїм клієнтам високі ставки по депозитах.

# Електронні брокерські послуги (інтернет-трейдинг)

На даний час електронні брокерські послуги (інтернет-трейдинг) надто поширені. **Інтернет-трейдинг** – це надання клієнтам фінансовими інститутами можливості ефективних операцій своїми коштами і цінними паперами на глобальних валютних і фондових ринках через Інтернет – цей вид послуг дає можливість клієнтові за допомогою інвестиційного посередника (банку або брокерської компанії) здійснювати покупку-продаж на фінансових ринках через Інтернет і формувати власний інвестиційний портфель.

Особливого поширення набув інтернет-трейдинг у США, що дало можливість спростити і прискорити виконання основних бізнес-моделей фондового ринку – відкриття і ведення рахунків, прийом і виконання ордерів від інвесторів на купівлю-продаж цінних паперів і виведення їх на ринок, отримання інформації про котирування, новини, управління портфелем цінних паперів і тому подібне, перегляд даних про фінансові показники.

Для брокерів інтернет-трейдинг став новою формою ведення бізнесу, в результаті застосування якого були переглянуті ключові концепції функціонування світових фінансових ринків і відбулася реструктуризація всіх видів бізнесу, пов’язаних з торгівлею цінними паперами, включаючи брокерсько-ділерські послуги, послуги клірингових, платіжних і депозитних систем. Операції з електронними цінними паперами, які називаються електронними брокерськими, дозволяють отримувати звіти про ціни на акції в будь-якій точці світу в режимі реального часу. Користувачі можуть негайно відреагувати на зміну курсу. Кожен, у кого є банківський інтернет-рахунок, може купувати і продавати акції. Завдяки такій системі кожен може взяти участь у торгах і заробити гроші, вигідно купити або продати цінні папери.

Головна перевага інтернет-трейдингу – це можливість непрофесійних приватних інвесторів вкладати гроші у прибуткові активи. Електронні брокерські системи відкривають доступ на фінансовий ринок середнім і дрібним банкам, забезпечуючи оперативний аналіз операцій на фінансових ринках, швидке оцінювання можливих прибутків і ризиків на різних сегментах ринку.

**Електронні аукціони –** продаж різноманітних товарів на аукціоні в рамках електронного бізнесу, коли є один продавець і безліч покупців. Зацікавлені в конкретній пропозиції клієнти перераховують продавцеві плату і одержують потрібний продукт протягом відповідного часу.

Організація і проведення аукціонів в Інтернет зробили аукціон більш демократичним, дозволивши кожному торгуватися за будь-яку річ, яка виставляється на торги. Електронні аукціони надають усім охочим можливість виставляти на своїх веб-сторінках майно, яке б вони хотіли продати. Сайти забезпечують інфраструктуру для обміну товарами за моделлю аукціону, коли ціна установлюється на основі попиту. В цілому Інтернет поступово витісняє концепцію жорстких цін – їх змінює ціноутворення в динаміці.

**Електронна пошта –** популярний сервіс в Інтернеті, що робить можливим обмін даними будь-якого змісту (текстові документи, аудіо-, відео-файли, архіви, програми).

Поштові служби і телекомунікаційні компанії поступаються своєю частиною ринків електронним комунікаціям, особливо – електронній пошті.

Електронна пошта суміщає переваги телефону і листа. Інтернет надає можливість миттєвого контакту у письмовій формі. Завдяки можливостям електронної пошти компанії забезпечують процеси менеджменту між підрозділами й окремими працівниками.

# Електронні бюро

За останні декілька років різко змінився стиль проведення науково- дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Iнтернет змінив швидкість розробки, суміщуючи їх з можливостями інтернет-технологій. Завдяки Інтернету можна удосконалювати технічні розробки, пропонуючи взяти в них участь фахівцям з різних країн світу, незалежно від місцезнаходження.

Відмінно зарекомендували себе відкриті інженерні розробки і програмні засоби (проекти і програми, не пов’язані обмеженнями на подальшу модифікацію і розповсюдження зі збереженням інформації про первинне авторство і внесені зміни). Будь-який користувач може взяти участь у роботі над ними і додати щось від себе.

# Електронні страхові послуги

Об’єктами купівлі-продажу на страховому ринку виступають достатньо специфічні товари – страхові послуги. Основні споживачі ринку – юридичні і фізичні особи. Саме для них фінансові компанії розробляють страхові продукти, визначають програму страхування, формують попит і пропозицію на свої послуги. У процесі здійснення страхування формується страховий поліс та підписується відповідний договір між клієнтом і страховою компанією. Для страхувальника і страхової компанії поліс служить юридичним документом, в якому зумовлюються суттєві моменти страхування: зазначається об’єкт страхування (майно, людина, відповідальність), страховий випадок, від настання якого працює договір, початок і кінець терміну страхування, страхова сума, страхова премія. Після урегулювання всіх питань документ підписується обома сторонами. Але на цьому процес страхування не закінчується – установлені договірні відносини між обома сторонами підтримуються впродовж тривалого періоду, який, за взаємною згодою, може продовжуватися на тих або інших умовах.

**Інтернет-страхування** – це вид взаємодії між страховою компанією і клієнтом, коли до мережі Інтернет виносяться бізнес-процеси, які виникають у ході маркетингу страхових продуктів, продажу їх клієнтам, і при виконанні сторонами взаємних зобов’язань згідно з укладеною угодою. Веб- представництво страхової компанії повинне забезпечувати клієнтові надання:

* детальної інформації про послуги компанії;
* інформації про загальний і фінансовий стан компанії;
* розрахунки величини страхової премії і визначення умов її виплати для кожного виду страхування і залежно від конкретних параметрів;
* електронних копій документів страхування і можливість їх заповнення;
* поліса, завіреного електронно-цифровим підписом страхувальника, клієнтові безпосередньо через мережу Інтернет;
* можливості інформаційного обміну між сторонами у разі настання страхового випадку;
* оплати страхової премії клієнтові через мережу Iнтернет у разі настання страхового випадку;
* можливості інформаційного обміну між страхувальником і клієнтом в період дії договору.

Враховуючи процеси глобалізації світового ринку страхування, характерними для розвитку ринку послуг в Україні стануть такі основні тенденції: інтеграція і рух страхових компаній в інші сфери фінансових послуг, розширення набору страхових продуктів, збільшення кількості іноземних страховиків, задіяних у загальних проектах, цей сегмент ринку ще тільки зароджується і суттєво відстає навіть від страхового ринку Росії.

Інтернет-страхування має як переваги, так і недоліки, порівняно з традиційним страховим обслуговуванням (табл. 5.1).

До недоліків електронного страхування можна віднести ще невелике коло потенційних споживачів (через незабезпеченість населення комп’ютерною технікою, комунікаційними засобами і недостатньою інформаційною культурою) в країнах з низьким рівнем доступу до Інтернет.

Таблиця 5.1 – Переваги електронного страхування

|  |  |
| --- | --- |
| Для страхової компанії | Для страхувальника |
| Економія поточних витрат за рахунок:* витрати на утримання віртуального офісу значно менші, ніж традиційного офісу страхової компанії;
* транзакцій на витрати по операціях в режимі онлайн набагато менші тих витрат, які необхідні для обслуговування клієнта в звичайному

офісі | Збільшення можливостей вибору і розширення асортименту пропонованих страхових продуктів |
| Розширення географічних меж реалізації страхових продуктів та їх диверсифікація | Економія часу і спрощення відбору необхідних страхових продуктів за рахунок швидкого отримання повноїінформації |
| Доступність використанняефективніших, електронних маркетингових технологій відносно страхових продуктів | Досягнення більш обґрунтованого відбору відносно прийнятного страхового продукту за рахунок необмеженого доступу до повної інформації.Проведення оперативного порівняння різних пропозицій, отримання довідок і консультацій в Інтернет |
| Відсутність часових обмежень і можливість обслуговування клієнтів цілодобово | Зручний режим проведення операцій та здійснення платежів (можливість укладати угоди, здійснювати плату та купувати дистанційно страхові продукти). Привабливість цін на страхові продукти.Наявність інтерактивного спілкування зі страховою компанією |

# Дистанційне навчання

Знання стають найважливішим фактором доходу, і нові предмети можна освоїти вже не у навчальних закладах, а на сайтах Інтернет.

Електронне навчання, яке іноді називають навчанням на основі Iнтернет, пропонує принципово новий підхід до підготовки фахівців. Дистанційне навчання від традиційних форм відрізняють такі риси:

*Гнучкість.* Можливість вчитися у зручний для слухача час, в зручному місці і темпі. Нерегламентований відрізок часу для освоєння дисципліни.

*Модульність.* Можливість формувати з набору незалежних освітніх курсів (модулів) – навчальний план, який відповідатиме індивідуальним або груповим потребам.

*Паралельність.* Паралельне з професійною діяльністю навчання, або без відриву від виробництва.

*Охоплення.* Одночасне звернення до багатьох джерел навчальної інформації (електронних бібліотек, банків даних, баз знань, і тому подібне) значної кількості учнів. Спілкування за допомогою мережі зв’язку одного з іншим з викладачем.

*Економічність.* Ефективне застосування навчальних площ, технічних засобів, транспортних засобів, концентроване й уніфіковане надання навчальної інформації та доступ до неї. Дистанційна освіта значно знижує витрати на підготовку фахівців.

*Технологічність.* Використання у навчальному процесі новітніх досягнень інформаційних й телекомунікаційних технологій, які сприятимуть просуванню людини до світового інформаційного простору.

*Соціальне рівноправ’я.* Рівні можливості здобування освіти незалежно від місця проживання, стану здоров’я і матеріальних можливостей слухача.

*Нова роль викладача.* Дистанційна освіта піднімає на новий рівень роль викладача, який повинен координувати пізнавальний процес, постійно удосконалювати курси, які він викладає, підвищувати творчу активність і кваліфікацію згідно з нововведеннями. Позитивний вплив дистанційна освіта здійснює і на самого слухача, підвищуючи його творчий та інтелектуальний потенціал за рахунок самоорганізації, уміння взаємодіяти з комп’ютерною технікою і самостійно ухвалювати відповідальні рішення.