

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ И КОММЕРЦИЯ СУПЕРМАРКЕТА ФРУНЗЕ-ОШ

В данной статье даны общие понятия электронной торговли, электронной коммерции. Рассмотрены основные преимущества использования электронной торговли и коммерции, перспективы использования электронных денег и пластиковых карт. Изложены также АИС Супермаркет и технические задания ее внедрения.

Ключевые слова. Электронная коммерция, супермаркет, автоматизированная, информационная, система.

ФРУНЗЕ-ОШ СУПЕР МАРКЕТИНИН ЭЛЕКТРОНДУК СООДАСЫ ЖАНА КОММЕРЦИЯСЫ

Бул макалада электрондук сооданын, электрондук коммерциянын негизги тушунуктору берилген. Электрондук сооданын жана коммерциянын колдонуунун негизги артыкчылыктары, электрондук акча менен пластикалык карталардын колдонуулары каралган. Супермаркетинин АИС колдонуудагы техникалык тапшырмасы, анны кийруунун негиздери берилген.

Негизги сөздөр: Электрондук коммерция, супермаркет, автоматаштырылган, информациондук, система.

ELECTRONIC TRADE AND COMMERCE OF SUPERMARKET FRUNZE-OSH

This article provides general concepts of e-commerce, e-commerce. The main advantages of using electronic commerce and commerce, the prospects of the Supermarket, the use of electronic money and plastic cards are considered. The AIS Supermarket and technical specifications for its implementation for the Frunze-Osh Supermarket are also presented.

Key words: E-commerce, supermarket, automated, information, system.

Цель данной статьи – дать представление об электронном рынке для продавцов и потребителей.

Предмет исследования – рынок электронной коммерции и электронной маркетинг (на примере Супермаркет Фрунзе-Ош).

Задачи, дать общее представление о следующих понятиях:

- Электронная коммерция.
- Электронный рынок для продавцов и потребителей.
- Перспективы электронной коммерции.

Электронная коммерция (e-commerce) - это ускорение большинства бизнес-процессов за счет их проведения электронным образом. В этом случае информация

передается напрямую к получателю, минуя стадию создания бумажной копии на каждом этапе.

Термин "электронная коммерция" объединяет в себе множество различных технологий, в числе которых - EDI (Electronic Data Interchange - электронный обмен данными), электронная почта, Интернет, интранет.

Системы электронной коммерции **можно разделить на два класса:**

- системы для организации розничной торговли
- системы для взаимодействия с деловыми партнерами.

Какую информацию можно передавать в электронном виде?

Любую информацию, которую можно создать на компьютере. Например, текстовые файлы, электронные таблицы, базы данных, картинки, заказы, счета, платежки, информационные запросы, прайс-листы, мульти-медийные данные и т.д.

Потребность в подобной платежной системе начали ощущать и продавцы, и покупатели. И поэтому были придуманы электронные деньги. Задача любых видов электронных денег - создание универсальной платежной среды, объединяющей покупателей и продавцов товаров и услуг [1-3].

Цель электронных денег - повышение экономической эффективности Интернета как отрасли в целом. Механизм электронных денег таков, что позволяет, не отходя от компьютера оплачивать товары, заключать сделки, вести коммерческую деятельность.

Статья посвящена анализу проектирования автоматизированной информационной системы (АИС на примере Супермаркет Фрунзе-Ош).

В качестве инструмента использовано Access 2013.

Актуальность темы. Ускорение просмотра продукции имеющегося в наличии, учёт продукции.

Предмет исследования. Информационная система по учету продукции в магазине в Супермаркете Фрунзе-Ош). Нужды данного производства по учету продукции, разработка классификации параметров для создания базы данных.

Целью данной статьи является разработка автоматизированной информационной системы «Поиска продукции» для «Гипермаркета Фрунзе-Ош». И более эффективного учета продукции товаров на складе.

1. Электронная коммерция. Основы электронной коммерции.

Начиная с середины 90-ых годов во всем мире наблюдается рост активности в области онлайн-торговли. Вслед за крупными компаниями, производящими компьютерное оборудование в сеть стали выходить торговцы традиционными товарами. Сейчас практически любые товары можно купить через Интернет.

Понятие «электронная коммерция»

Электронный бизнес можно определить как набор автоматизированных бизнес - процессов, осуществляемых с использованием Интернет – технологий [1].

Электронной коммерцией называется покупка и продажа товаров, услуг или информации посредством компьютерных сетей, преимущественно Интернета [2].

Под определение электронной коммерции подпадают не только системы, ориентированные на Интернет, но также и «электронные магазины», использующие иные коммуникационные среды - BBS, VAN и т.д. В то же время процедуры продаж, инициированных информацией из WWW, но использующих для обмена данными факс, телефон и т.д., могут быть лишь частично отнесены к классу электронной коммерции [3-4].

Преимущества электронной коммерции. Если розничные электронные магазины для российского рынка это все еще экзотика, то преимущества ведения деловых операций через Интернет многие компании почувствовали уже сейчас. Это стало особенно актуальным в условиях экономического кризиса и связано с преимуществами, которые получит фирма после применения интернет-технологий.

Имеется множество преимуществ, вот лишь некоторые из них:

- ❖ значительно увеличивается оперативность получения информации, особенно при международных операциях;
- ❖ значительно сокращается цикл производства и продажи, т.к. больше нет необходимости каждый раз вводить полученные документы, к тому же снижается вероятность возникновения ошибок ввода;
- ❖ значительно снижаются затраты, связанные с обменом информацией за счет использования более дешевых средств коммуникаций;
- ❖ использование интернет - технологий электронной коммерции позволяет компании стать более открытой по отношению к клиентам;
- ❖ позволяет легко и быстро информировать партнеров и клиентов о продуктах и услугах;
- ❖ позволяет создавать альтернативные каналы продаж, например, через электронный магазин на корпоративном сайте [5-6].

Использование электронной коммерции. Применение современных Интернет - технологий в бизнесе не ограничивается созданием Web-сайта или электронного каталога с возможностью заказа, а подразумевает использование технологии и накопленного опыта для глубокой перестройки способов ведения деловых операций при помощи Интернет и сопутствующих сетевых компьютерных технологий. Электронная коммерция - это процесс зарабатывания денег с использованием Интернет - технологий.

Успех реализации модели электронной торговли в Сети определяется тремя составляющими:

- Выбор верной технологической платформы
- Наличие конкурентоспособного продукта
- Наличие необходимой инфраструктуры и бизнес-процессов

Если отсутствует хотя бы одно из этих звеньев, то внедрение современных технологий не приведет к успеху.

В первую очередь, использование технологий онлайн-торговли необходимо компаниям, имеющим развитую региональную партнерскую сеть, так как позволит значительно снизить стоимость обработки заказов.

После внедрения методики работы с региональными партнерами через Интернет, компания смогла сократить затраты на оформление и обработку заказов более чем в 2 раза.

2. Перспективы электронной коммерции. Приводимые в разных источниках оценки и прогнозы перспектив развития мировой коммерции различаются в зависимости от выбранных моделей и методик. Но все они едины в одном - рынок имеет огромные перспективы развития [7-8].

Таблица 1

Вот некоторые показатели динамики развития [10]:

Год	Оцениваемые доходы, млрд. долларов
2006	2,6
2011	201
2012	327
2014	3200

Исследовательская группа IDC опубликовала очередное исследование, касающееся перспектив развития электронной коммерции в различных странах [1].

Развитие электронной коммерции в разных странах будет зависеть от двух факторов - экономического состояния и уровня развития образования. По прогнозам IDC США к 2006 году уменьшит свою долю на рынке электронной коммерции с 40 до 38 процентов за счет роста активности резидентов в Западной Европе и Азии. В Азии

правительства стран всячески стимулируют интеграцию интернета в жизнь граждан. По мнению аналитиков IDC, азиатский рынок за этот год вырастет на 89 процентов. В Европе показатель роста составит 68%.

3. Электронный супер-маркет. Электронный супермаркет. Онлайн-магазин позволяет осуществлять оплату по кредитной карте. В этом случае вместе с информацией о себе или своим кодом клиент сообщает номер кредитной карты, после чего происходит авторизация кредитной карточки в процессинговом центре. В случае успеха деньги на счету клиента блокируются, а товар на складе резервируется. После этого сотрудники фирмы связываются с покупателем по телефону и отправляют ему товар с курьером; при желании клиент может приехать в магазин и забрать покупку сам.

Платежи. Одним из наиболее интересных свойств магазина является его интеграция с платежной системой, позволяющая осуществлять покупки. Системы платежей можно разделить на кредитовые, дебетовые и системы, работающие с цифровыми наличными.

Кредитные системы - это аналог обычных систем с платежами осуществляемыми с помощью кредитных карточек, только с использованием сетей для передачи данных и с рядом услуг для обеспечения безопасности - цифровая подпись, шифрование данных и т.д.

Пример. Рассмотрим внутреннее устройство электронного магазина на примере.

Клиентский интерфейс магазина может представлять собой загружаемый в браузер пользователя апплет на языке Java. Этот апплет может быть передан клиенту как в сжатом CAB-формате (для Microsoft Internet Explorer), так и в несжатом (для Netscape Navigator).

Internet-Супер – магазин. Итак, что же видит пользователь, зашедший в магазин? Во-первых, список товаров, находящихся на складе. Так как онлайн-магазин “прилавок” как правило, привязан к системе автоматизации какого-либо предприятия, то этот список содержит те же изделия, что имеются в продаже и в обычных (не виртуальных) магазинах. Содержимое склада представляется обычно в виде иерархической древовидной структуры, базовыми элементами которой являются группы товаров. Если щелкнуть мышью на группе, то она разворачивается, открывая список подгрупп или конкретных изделий определенного типа. Иногда покупатель может посмотреть картинку с изображением товара и его характеристики, а также добавить его в свою корзину. Наполнив корзину, клиент отдает команду “Выполнить заказ” и выбирает удобную для него форму оплаты. Если он покупает в магазине впервые, то его обычно просят указать некоторые сведения о себе — имя, телефон, адрес и др. Корпоративный покупатель сообщает название предприятия, номер расчетного счета, имя и телефон контактного лица [2].

4. Электронные деньги и пластиковые карты. Сущность электронных денег.

Деньги XXI века, это деньги электронные - в этом уже нет ни малейших сомнений. Бумажные деньги исчерпали себя полностью, как исчерпал себя и век бумажных денег - XX век.

- Электронные деньги - это предоплаченный финансовый продукт, который:
- представляет собой денежное обязательство эмитента;
- выпускается после получения эмитентом денежных средств в размере, не меньшем выпускаемой стоимости;
- не требует использования при транзакции банковских счетов;
- принимается в качестве средства платежа экономическими субъектами иными, нежели эмитент;
- информация о размере денежной стоимости хранится в электронной форме на устройстве во владении держателя.

Виды электронных денег. Обычно выделяют два вида электронных денег: на базе карт (card-based) и на базе сетей (network - based). В первую группу входят пластиковые карты со встроенным микропроцессором, на который записан эквивалент денежной стоимости, заранее оплаченной эмитенту, которым может являться как банк, так и небанковская организация. Наиболее известный пример электронных денег на базе карт, эмитированных банковскими организациями карты Mondex.

Пластиковые карты и их виды. Пластиковая карточка - это обобщающий термин, который обозначает все виды карточек, различающихся по назначению, по набору оказываемых с их помощью услуг, по своим техническим возможностям и организациям. Развитая инфраструктура существующих платежных систем и, в первую очередь, мировых лидеров "карточного" бизнеса - компаний VISA и MasterCard/Europay является причиной интенсивного использования карточек с магнитной полосой и сегодня. Отметим, что для повышения защищенности карточек системы VISA и MasterCard/Europay используются дополнительные графические средства защиты: голограммы и нестандартные шрифты для эмбоссирования [3-5].

5. Супермаркет Фрунзе-Ош. Методика Разработки АИС. Информационное обеспечение - это хранимые на предприятии потоки информации. Информация формируется в результате обработки данных. Любая система имеет дело с двумя видами информации:

- внешняя (информация о внешней среде)
- внутренняя.

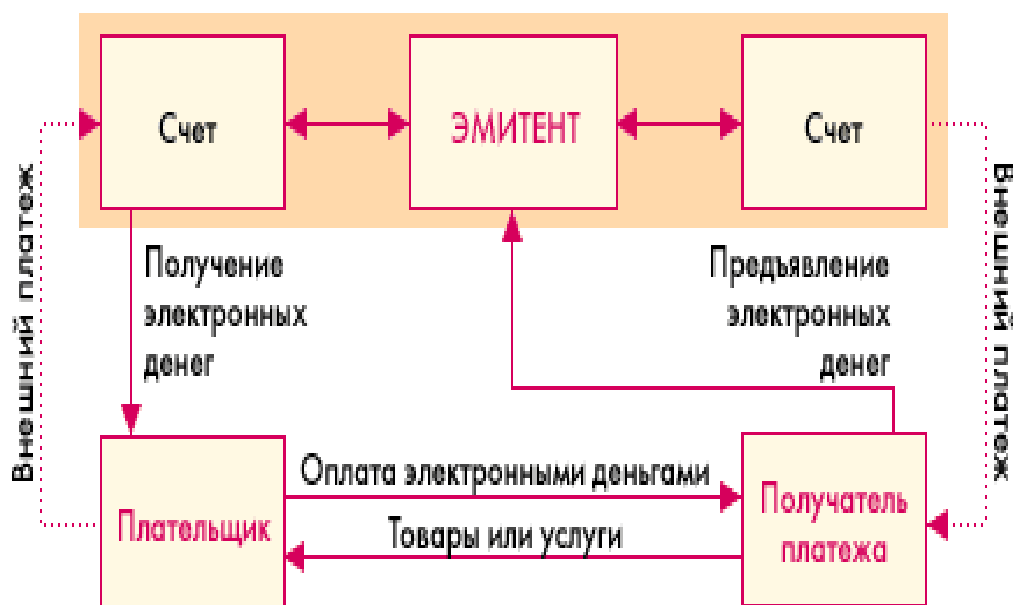


Рис. 1. Схема оплаты через электронные деньги

Для внешней информации характерны: неточность, обрывистость, противоречивость.

Она в основном касается состояния рынка продукции и конкурентно способных предприятий, прогнозов, цен, политической ситуации. Так как такая информация носит вероятностный характер, то для ее обработки создаются экспертные системы.

Внутренняя информация возникает в самой системе и отражает ее финансово-хозяйственное состояние, и директивные цели на случай отклонения от заданных параметров.

Информационная база состоит из 2-х взаимосвязанных частей: немашинной и внутримашинной.

✓ Немашинная - это часть системы, воспринимаемая человеком без ЭВМ (документы, акты, счета, устная информация).

✓ Внутримашинная содержится на машинных носителях и состоит из файлов.

Техническое обеспечение - компьютеры, средства коммуникации и оргтехника. Весь компьютерный парк предприятия делится на 2 части - персональные и высокопроизводительные компьютеры. Компьютеры могут быть объединены в вычислительные сети.

Программное обеспечение служит для выполнения операций по обработке информации. ПО - это совокупность программ систем обработки данных и программных документации, необходимой для эксплуатации этих программ.

Различают общее ПО (операционная система, системы программирования, сервисные программы) и прикладное ПО.

Организационное обеспечение ЭИС включает в себя собственный аппарат управления, обеспечивающий функционирование всех ее подсистем, как единое целое [6].

Такое структурное подразделение должно выполнять:

- Сбор первичной информации;
- Передачу или рассылку информации;
- Хранение и поддержку коллективного использования информации.

Формирование требований к АИС

К автоматизированной информационной системе сформированы определенные требования, которые представляют собой совокупность, упорядоченных во времени, объединенных в стадии и взаимосвязанных этапов работы.

Каждый этап состоит из стадий:

- Формирование требований пользователей АИС.
- Обоснование необходимости создания АИС.
- Обследование объектов.

Техническое задание Супермаркета Фрунзе-Ош. Техническое задание - документ, утверждённый в соответствующем порядке. Он определяет требования, цели и основные исходные данные, которые необходимы для разработки аналитической информационной системы и содержит предварительную оценку эффективности системы. Оно разрабатывается заказчиком при непосредственном участии разработчика.

При разработке технического задания необходимо:

- ❖ Установить общую цель создания АИС.
- ❖ Разработать и обосновать требования к информационным подсистемам.
- ❖ Разработать и обосновать требования к программному обеспечению и информационной базе.
- ❖ Определить этапы создания системы и сроки их выполнения.
- ❖ Определить уровень экономической эффективности и провести предварительный расчёт затрат на создание системы. После утверждения технического задания разработать график работ и провести полный расчёт затрат на разработку.

Новая АИС Супермаркета Фрунзе-Ош даст полную информацию о наличии, поставки и продажи товара в магазине, тем самым позволит, сэкономить время и исключит пропажу товара.

На данном этапе, выполнение этой работы состоит:

- разработка предварительных проектных решений по системе и её частям;
- разработка эскизной документации на АИС и её частям.

1. «Разработка предварительных проектных решений по системе и её частям». На данном этапе определяют: функции подсистемы, их цель и эффекты, состав комплексов и отдельных задач, концепцию информационной базы, её укрупнённая структура, состав вычислительной системы, функции системы управления базой данных, функции и параметры основных программных средств.

2. «Разработка эскизной документации на АИС и её частям». На данном этапе идет разработка предварительных проектных решений по системе и её частям. Итоговым документом, выполненными работами, на этой стадии проектирования является эскизный проект, который содержит принципиальные схемные и конструкторские решения объекта обработки, а также данные, определяющие его назначение и основные [7-9].

Спецификация программы:

- в общем случае – комплект документов, содержащих описание программы (программных средств);
- в данном контексте – технические условия и требования к разработке программных средств.

Заключение. Электронный рынок во всем мире достаточно развит (в Кыргызстане начинает развиваться, но недостаточно быстро, это происходит из-за несовершенности и противоречивости отечественного законодательства, а так же, из-за малой покупательской способности граждан нашей страны, большинство интернет - магазинов в Кыргызстане держаться в основном как монополисты).

Электронный бизнес и электронные рынки усиливают с каждым годом свои позиции (параллельно с развитием информационных технологий) и можно предположить, что в скором будущем они станут доминирующими.

Ситуация с электронной коммерцией в Кыргызстане остается довольно сложной.

Это происходит из-за несовершенности и противоречивости отечественного законодательства, а так же из-за малой покупательской способности граждан нашей страны. Большинство интернет - магазинов в Кыргызстане держаться, если можно так сказать, исключительно на энтузиазме.

Кроме этого большое количество российских виртуальных магазинов на данный момент являются лишь каталогами: при оформлении покупки они высылают пользователю счет, который нужно самостоятельно оплатить, придя в банк. При этом теряется одно из главных достоинств электронной коммерции — возможность купить какой-либо товар не выходя из дома. Но все среди них существуют и компании, которые сумели правильно организовать свой интернет- магазин и получать реальную прибыль. Например, интернет-магазин фирмы “Фрунзе-Ош” (Shop.Frunze-Osh.kg) является онлайн-торговой точкой в Кыргызстане, которая интегрирована с системой автоматизации предприятия и при этом позволяет производить оплату по кредитной карточке. Крайне важно и то, что онлайн-магазин “Фрунзе-Ош” работает не через оффшорные зоны, а через платежную систему отечественного банка. Привязка же к системе автоматизации предприятия позволяет синхронизировать содержимое “прилавка” магазина с текущим состоянием склада компании и осуществлять резервирование товара [8,9].

Литература:

1. **Козье Д.** Электронная коммерция: Издательско-торговый дом «Русская Редакция». [Текст] / Пер. с англ. Москва 1999. 288 с.: ил.
2. Пути развития объектно-реляционных технологий баз данных. Вон Ким, Жорж Ф. Гарза, Брюс Грэхэм. Системы Управления Базами Данных. №4, 1996, С. 36-54.
3. Системы обслуживания клиентов. Часть 7. Электронный бизнес, 2000 Иван Косяков. [<http://business-site.ru/main.css>].
4. Информационные технологии в бизнесе: Энциклопедия. Под ред. М. Желены – СПб: Питер, 2002: 824 страница.
5. Информационные технологии в бизнесе: Энциклопедия. Под ред. М. Желены – СПб: Питер, 2002.
6. IDC: перспективы развития электронной коммерции. Автор материала: Максим Море (по материалам IDC). [<http://www.e-management.ru/2-dev-prognoz.htm>].
7. Краткие комментарии к рейтингу российских электронных магазинов. E-Commerce World, №03, 2001. Подготовлено рейтинговым агентством «Эксперт РА» по

материалам третьего рейтинга Интернет-коммерции, составленного при содействии Московской городской сервис-службы «Курьер».

8. Системы обслуживания клиентов. Часть

9. Электронный бизнес, 2000 год, Иван Косяков, [<http://business-site.ru/main.css>].

10. Традиционный бизнес и Интернет-коммерция. Copyright МФД-ИнфоЦентр 2000-2003: [<http://www.mfd.ru/analit/reviews/index.asp?id=114>].