

Handel elektroniczny. Płatności online (Płatności poprzez internet)

Spis treści

Wstęp 4

1. Rozdział I

Internet – jako nowe narzędzie ekonomii 6

1.1. Pojęcie Internetu 6

1.2. Internet w firmach – dziś i jutro 8

1.3. Znaczenie rozwoju Internetu dla gospodarki 19

1.4. Internet w Polsce 22

1.5. Internet na świecie 28

1.6. Internet – jako podstawowe narzędzie w bankowości elektronicznej 30

2. Rozdział II

Handel elektroniczny (e-commerce) 35

2.1. Pojęcia związane w e-commerce i ich znaczenia 35

2.2. Gospodarka elektroniczna – nowy aspekt działalności gospodarczej 40

2.3. Handel elektroniczny na świecie i w Polsce 47

2.4. Sektory handlu elektronicznego 60

2.4.1. B2B – business to business 60

2.4.2. B2C – business to consumer 63

2.4.3. B2E – business to employee 66

2.5. Handel elektroniczny – wady i zalety 67

2.6. E-commerce – jako czynnik zmieniający środowisko gospodarcze 72

2.7. Metody zawierania umów 75

3. Rozdział III

Płatności on-line 78

3.1. Systemy płatności internetowych 79

3.2. Metody płatności 84

3.2.1. Płatności typu pay-by-link 85

3.2.2. Elektroniczny portfel (e-portfel) 86

3.2.3. Płatności typu GBPP	91
3.2.4. Karty płatnicze	92
3.2.5. Wyspecjalizowane systemy obsługi płatności elektronicznych	94
3.2.6. Wiadomości SMS Premium i linie O-700	96
3.3. Płatności internetowe na podstawie sklepu internetowego E-kwiaty.pl	96
3.4. Bezpieczeństwo płatności elektronicznych	113
Zakończenie	116
Bibliografia	118
Spis tabel	121
Spis rysunków	121

Wstęp

Niezaprzeczalnym jest fakt, że we współczesnym świecie Internet może przyczynić się znacznie do odniesienia sukcesu i przynieść wiele korzyści w dziedzinie, jaką jest biznes. Coraz większa liczba małych i średnich przedsiębiorstw uzupełnia swoją działalność statutową o czerpanie zysków z prowadzenia witryn handlu elektronicznego. Jeszcze większa ich liczba ma zamiar dołączyć do tej grupy w najbliższym czasie.

Porównując doświadczenie krajów rozwiniętych, takich jak Stany Zjednoczone czy kraje Europy Zachodniej, w obszarze e-commerce widać, że proces rozwijania tej dziedziny handlu nie jest ani natychmiastowy ani łatwy. Jednak mimo trudności, inwestowanie w handel prowadzony za pośrednictwem Internetu jest działaniem w kierunku ulepszenia i rozwoju przedsiębiorstwa.

Świadomość wykorzystywania Internetu nie tylko do celów informacyjnych, ale również budowania więzi z klientem za pośrednictwem firmowego serwisu www (ang. World Wide Web), najatrakcyjniejszego elementu Internetu, jest rozpowszechniona wśród polskich przedsiębiorców i uzyskuje z każdym dniem nowych zwolenników.

Zastosowanie Internetu pozwala młodym przedsiębiorstwom na wyrównanie szans wobec firm istniejących już na rynku od kilku lat. Umożliwia łatwą prezentację oferty oraz innych informacji, które mogą być pomocne dla klienta. Kupujący może szybko nawiązać kontakt z firmą i uzyskać odpowiedź na nurtujące go pytanie lub wyrazić swoją opinię. Firmowa witryna www może również umożliwić

dokonanie zakupu, rezerwacji lub ustalenie terminu spotkania z przedstawicielem firmy. Takie udogodnienia, oferowane tradycyjnymi metodami, zmuszałyby do zwiększenia nakładów personalnych i finansowych na ich obsługę. Mniej znaczące stają się ograniczenia terytorialne, które zwykle odgrywają dużą rolę w działalności przedsiębiorstw. Te cechy sprawiają, że za pośrednictwem Internetu, firmy mają dostęp do szerszych rynków i większej liczby klientów. Aktualnie możliwe jest oferowanie naszym rodakom, przebywającym poza granicami Polski, polskich wydawnictw muzycznych, filmowych, najnowszych tytułów prasowych, czy nawet wysłanie bliskiej osobie kwiatów w Polsce, dzięki kwiaciarniom internetowym. Internet otwiera nowe perspektywy przed przedsiębiorcami, jeśli posiadają oni dobry pomysł i ludzi, którzy gotowi są sprostać nieznany dotąd wyzwaniom.

Używanie Internetu staje się powoli koniecznością do zaistnienia i utrzymywania się podmiotów gospodarczych na rynku. Być może już za kilka lat doświadczymy takiej sytuacji, że dalsze przetrwanie, bez wykorzystania tych technologii, będzie trudne lub wręcz niemożliwe. Jednak przedsiębiorstwa nie powinny traktować Internetu jak lekarstwa na wszystkie problemy. Takie podejście bardzo często prowadzi do rozczarowania. Ważne jest, aby przedsiębiorcy byli świadomi jakie korzyści niesie za sobą Internet, ale również jakie może stwarzać zagrożenia.

Celem niniejszej pracy jest przedstawienie roli handlu elektronicznego, zwanego także e-commerce lub e-handlem, jego potencjału i szans rozwoju w gospodarce narodowej, a także światowej. Istotne miejsce zajmuje także ocena wpływu Internetu na funkcjonowanie przedsiębiorstw oraz rola płatności elektronicznych w e-commerce.

Ogół zagadnień zawartych w pracy, przedstawiany jest w następujący sposób:

Rozdział pierwszy omawia historię powstania Internetu i rolę jaką odgrywa w dzisiejszych czasach oraz omawia problematykę komercyjnego wykorzystania Internetu, jego wykorzystanie w bankowości i handlu.

Rozdział drugi to ogólna charakterystyka zagadnień związanych z handlem elektronicznym (e-commerce), czyli najważniejsze pojęcia, sektory e-commerce, opis gospodarki elektronicznej oraz przedstawienie wad i zalet tej formy sprzedaży.

Rozdział trzeci stanowi przegląd oferowanych obecnie płatności poprzez Internet.

W tym rozdziale przedstawione są zarówno dostępne formy płatności elektronicznych, jak i poruszony jest temat ich bezpieczeństwa.

Liczba stron	121
Nazwa Szkoły Wyższej	katolicki Uniwersytet Lubelski
Rodzaj pracy	magisterska
Rok oddania	2008

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!