

## Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические аспекты использования электронной коммерции в работе современных предприятий.....	7
1.1 Понятие электронной коммерции и актуальность ее использования для современных компаний.....	7
1.2 Использование электронной коммерции для активизации продаж услуг гостиничных предприятий .....	12
1.3 Маркетинг сайта гостиницы и Интернет-реклама как вспомогательные элементы электронной коммерции.....	20
Глава 2. Анализ особенностей использования и перспективы совершенствования электронной коммерции в работе гостиницы «Шахтер» ...	29
2.1. Общая характеристика гостиницы «Шахтер» .....	29
2.3 Анализ конкурентной среды работы гостиницы «Шахтер» .....	39
2.3 Анализ использования электронной коммерции в работе гостиницы «Шахтер».....	46
2.4 Перспективы совершенствования использования электронной коммерции для работы гостиницы «Шахтер».....	53
Заключение.....	73
Список использованной литературы.....	77
Приложения	

## Введение

Актуальность темы. В XXI веке все большее внимание отводится развитию электронного бизнеса, который образовался с появлением Интернет.

Интернет на данном этапе является целой индустрией, которая быстро проникает во все отрасли человеческой деятельности. Именно сейчас эта индустрия находится на стадии стремительного роста. Огромное количество компаний во всем мире видят в сети Интернет значительный коммерческий потенциал и возможность перехода своего бизнеса на качественно новый уровень.

Использование традиционных методов ведения бизнеса в современных условиях экономики не позволяет обеспечивать высокую эффективность и стойкие конкурентные преимущества компаниям. Электронная коммерция может существенно увеличить экономическую эффективность предприятий. Использование в работе компании электронных методов ведения бизнеса позволяет, с одной стороны, повысить результативность продвижения товаров и услуг, расширить рынки сбыта, развить взаимоотношения с клиентами и, с другой стороны, способствует снижению текущих затрат, а также сокращению суммарного времени обслуживания клиента и обработки запроса.

Первой возможностью сети Интернет, которой пользовались значительное количество компаний, было распространение информации о своей продукции и приглашение к сотрудничеству. Этот способ работы с клиентами не просто расширил такие традиционные способы, как печатная и телевизионная реклама, но и обеспечил двустороннее общение – Интернет-коммерцию.

Значительная часть компаний не остановилась на достигнутом, переместившись на следующий уровень – электронную коммерцию. Электронная коммерция позволяет заказывать продукцию и услуги прямо на сайте, а потом получать их традиционным путем.