

ELEKTRONISKĀ KOMERCIJA (E-KOMERCIJA)

SATURS

Elektroniskā komercija (E-komercija).....	1
Elektroniskās komercijas jēdziens	2
Dalībnieki.....	2
E-komercijas attīstība.....	3
Pirms uzsākt e-komerciju.....	4
Patērētāju tiesību aizsardzība	5
Veiksmīgi projektu piemēri e-komercijas jomā.....	5
Telehelp.lv	5
TeleHelp – pakalpojuma būtība	6
TeleHelp – izmantošana	6
If ONLINE klientu portāls	7
Interneta veikals Xnet.lv	8

ELEKTRONISKĀS KOMERCIJAS JĒDZIENS

Informācija ir katra uzņēmuma būtiska un neatņemama komponente. Bez nepieciešamās informācijas nav iespējams pieņemt pareizus lēmumus organizācijas vadības procesos, resursu lietderīgā un efektīvā izmantošanā, darbu plānošanā un organizēšanā. Daudzi uzņēmumi savas informācijas pārvaldīšanai ievieš tehnoloģiskus risinājumus, piemēram, klientu datu bāzi, noliktavas preču uzskaiti, projektu vadību. Uzņēmumi, kuri procesu pārvaldībā tehnoloģijas ievieš ātrāk un sekmīgāk par konkurentiem, konkurences apstākļos labāk pielāgojas tirgus prasībām.

Līdz ar jaunajām tehnoloģijām, kas tiek izmantotas uzņēmējdarbībā, parādīties arī jauns termins - **elektroniskā komercija** jeb e-komercija.

Nebūtu pareizi aplūkot e-komerciju tikai kā tirdzniecību vispasaules tīmekļa lapā. E-komercija ir jebkura darbība, kuras veic uzņēmumi, sadarbojoties ar klientiem vai savā starpā ar elektronisko sakaru līdzekļu palīdzību.

Tādējādi e-komerciju var definēt šādi: *E-komercija ir uzņēmējdarbības veikšana ar elektronisko sakaru līdzekļu, tajā skaitā arī ar interneta starpniecību.*

Līdz ar to e-komercija ir gan preču un pakalpojumu piedāvāšana vispasaules tīmekļa mājas lapā, elektroniskie žurnāli, izklaide elektroniskajā vidē, tiešsaistes izsoles, tiešais mārketingu u. c. E-komercijas galvenais mērķis ir paplašināt uzņēmējdarbību, pārceļot to arī virtuālajā vidē, ļaujot pirkt, pārdot, slēgt darījumus un sadarboties, izmantojot modernās tehnoloģijas.

Līdztekus e-komercijas jēdzienam lieto arī jēdzienu *e-business*. Bieži abus šos terminus lieto kā sinonīmus, tomēr tas nav pareizi, jo e-business ir plašāks jēdziens un ietver sevī e-komerciju. E-komercija ir viens no veidiem, kā uzņēmums var sasniegt savus klientus. Turklāt nav svarīgi, vai uzņēmums strādā ar saviem klientiem arī reālajā vidē. Uzņēmumam var būt viens veikals vai veikalu tīkls reālajā pasaulē un mājas lapa internetā. Citā gadījumā uzņēmuma vienīgā tirdzniecības vieta var būt e-veikals. Reāla veikala esamība nav obligāts priekšnosacījums sekmīgai e-komercijai. E-business nozīmē tehnoloģisko risinājumu ieviešanu biznesa procesos. Līdz ar e-biznesa risinājumu ieviešanu visa uzņēmuma darbība tiek organizēta tā, lai maksimāli pielāgotos biznesam internetā.

DALĪBNIEKI

Lai arī kādi rīki vai paņēmieni tiktu izmantoti sadarbībai, tās sekmīgai veikšanai ir nepieciešamas vismaz divas puses, t.i., dalībnieki. Viņu mijiedarbība nosaka, kādus tehnoloģiskos, organizatoriskos un citu veidu risinājumus izvēlēties.

Piemēram, var izdalīt šādus dalībniekus: uzņēmums (*B - Business*), valsts (*G - Government*) un patērētājs jeb indivīds (*C - Customer*). Atkarībā no tā, kuri no dalībniekiem sadarbojas, var izveidot šādu tabulu:

	Valsts	Uzņēmums	Indivīds
Valsts	G2G	G2B	G2C
Uzņēmums	B2G	B2B	B2C
Indivīds	C2G	C2B	C2C

■ Sniedzējs ■ Saņēmējs

G2G (government to government) - savā starpā sadarbojas dažādas valsts vai pašvaldību iestādes.

G2B (government to business) - valsts vai pašvaldību iestādes sniedz uzņēmējiem (komersantiem) savus pakalpojumus, piemēram, izsniedz tirdzniecības atļaujas, nodrošina reģistru (Komercreģistra, Zemesgrāmatas) informācijas pieejamību.

G2C (government to customer) - līdzīgi kā gadījumā ar *G2B*, arī šeit valsts un pašvaldību iestādes sniedz savus pakalpojumus. Taču šajā gadījumā lietotājs ir fiziska persona - nodokļu maksātājs, attiecīgās pašvaldības iedzīvotājs u.tml.

B2G (business to government) - uzņēmējs sniedz savus pakalpojumus valsts vai pašvaldību iestādei.

C2G (customer to government) - fiziskās personas parasti nekādus pakalpojumus nesniedz, taču veic pienākumus, kas tām uzlikti ar tiesību aktiem, t.sk. iesniedz deklarācijas, maksā nodokļus.

C2B (customer to business) - fiziska persona sniedz pakalpojumus uzņēmumam.

C2C (customer to customer) - fiziskās personas sadarbojas savā starpā, piemēram, pārdodot viena otrai kādu preci, izmantojot informācijas un komunikācijas tehnoloģijas. Spilgts piemērs šādai mijiedarbībai ir mājas lapa www.ebay.com, kurā fiziskas personas var slēgt darījumus.

Taču no e-komercija viedokļa raugoties, lielākā uzmanība ir jāpievērš diviem sadarbības veidiem: *B2B* un *B2C*.

E-KOMERCIJAS ATTĪSTĪBA

Aplūkojot e-komercijas vēsturisko attīstību, var novērot, kā ir mainīties piedāvājums, tehnoloģiskie risinājumi un arī paši pircēji.

Līdz ar vispasaules tīmekļa izveidi sāka parādīties arī pirmās mājas lapas. Pirmie komersanti, kuri apjauta vispasaules tīmekļa potenciālu, sāka veidot savu uzņēmumu mājas lapas. Tajā laikā mājas lapas bija statiskas un vairāk atgādināja drukāto reklāmas bukletu elektroniskas versijas. Pamazām uzņēmumi paplašināja informācijas klāstu, īsajiem aprakstiem un kontaktinformācijai pievienojot arī pamatinformāciju

par piedāvātajām precēm un sniegtajiem pakalpojumiem. Šādas mājas lapas līdzinās elektroniskiem preču katalogiem, kurus lietotāji var caurskatīt jebkurā sev ērtā laikā.

Iespējai piedāvāt preču katalogus elektroniskā formā ir vairākas priekšrocības:

1. Nav nepieciešams ieguldīt līdzekļus tipogrāfiskas versijas drukāšanai.
2. Nav nepieciešams veikt kataloga piegādi klientam, jo klients pats var sameklēt šo informāciju internetā.
3. Nepieciešamības gadījumā informāciju katalogā var ātri un ērti izmainīt.
4. Iespēja strukturēt informāciju, precīzi aprakstot preces vai pakalpojumus un līdz ar to piedāvājot lietotājiem iespēju meklēt informāciju pēc noteiktiem kritērijiem. Datu strukturēšanu nodrošina datu bāzu izmantošana. Drukātā katalogā ir grūti ātri atrast nepieciešamo preci, turpretī elektroniskais katalogs šādu iespēju sniedz.
5. Elektroniskajā katalogā, kurā nav nepieciešams taupīt papīru, ir iespējams izvietot daudz vairāk informācijas – attēlus, video failus.
6. Dinamiskās lapas piedāvā arī iespēju strādāt ar katru klientu individuāli, t.i., piedāvāt tieši šim klientam interesējošu informāciju.

Attīstoties dažādiem tehnoloģiskiem risinājumiem, e-komercija ieņem stratēģisku lomu uzņēmuma attīstībā. Uzņēmumi arvien aktīvāk strādā pie klienta piesaistes, piedāvājot arvien plašāku preču un pakalpojumu klāstu un ērtākas un precīzākas to meklēšanas iespējas. Arī mārketinga un pārdošanas paņēmieni tiek pielāgoti darbam sistēmā, kur klients pats atlasa sev nepieciešamās preces.

Nākamais solis elektroniskajā komercijā bija iespēja norēķināties par elektroniskajā katalogā noskatītajām precēm. Norēķinus ir iespējams veikt ne tikai ar banku maksājumiem, bet ātrāk un ērtāk: ar maksājumu kartēm, īsziņām (mikromaksājumi), tiešsaistē vai klātienē u.c. Tādējādi uzņēmējdarbība kļūst ātrāka un elastīgāka.

PIRMS UZSĀKT E-KOMERCIJU

Ja esat apņēmušies uzsākt e-komercijas darbību, tad vispirms stingri definējiet mērķus, ko vēlaties sasniegt, kā arī izvērtējiet ieguvumus. Tos varat aplūkot no divām pozīcijām – no klienta un uzņēmuma puses.

Klients. Ko iegūs klienti no piedāvājuma internetā? Vai tā būs ērtāka pieeja informācijai par precēm un pakalpojumiem? Vai pakalpojumi būs kvalitatīvāki, piegāde ātrāka, sortiments plašāks, vai būs iespēja sekot pasūtījuma izpildei?

Uzņēmums. Ko iegūs uzņēmums, piedāvājot pakalpojumus internetā? Varbūt tas palīdzēs reorganizēt piegāžu politiku, padarot to ātrāku un lētāku? Vai tas ļaus samazināt izmaksas, jo nebūs jātērē līdzekļi jaunu filiāļu atvēršanai? Vai izdosies atrisināt kvalificēta personāla trūkuma problēmu?

Pirms sākat veidot interneta veikalu, izanalizējiet, kas tiks pārdots, kāda būs pircēju auditorija, kādas papildiespējas pircējiem tiks piedāvātas. Noskaidrojiet, vai tas būs mazumtirdzniecības vai vairumtirdzniecības veikals, vai tā būs reāla prece, vai piedāvājums būs saistīts ar izklaidi, apmācību, ikdienā nepieciešamām precēm u.t.t. Visi šie faktori ietekmēs gan veikala dizainu, gan funkcionalitāti.

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBA

Attīstoties e-komercijai, aktuāls kļūst arī patērētāju tiesību aizsardzības jautājums. Latvijā patērētāju tiesības aizstāv Patērētāju tiesību aizsardzības centrs. Tā kompetencē ir *Patērētāju tiesību aizsardzības likumā* un citos normatīvajos aktos noteikto tiesību un pienākumu īstenošana un funkciju pildīšana patērētāju tiesību un interešu aizsardzības, tirgus uzraudzības un metroloģijas jomā.

Kompetences e-komercijas jomā:

- uzrauga un kontrolē nepārtikas preču (izņemot medicīnas preces, zāles, veterinārās zāles, farmaceitiskos produktus, kosmētiskos līdzekļus, veterinārfarmaceutiskos produktus, dzīvnieku kopšanas līdzekļus, sadzīvē lietojamās ķīmiskās vielas un ķīmiskos produktus) tirdzniecību un pakalpojumu sniegšanu;
- uzrauga pārtikas un nepārtikas preču svara un mēra pareizu noteikšanu, pirkuma samaksas pareizu aprēķināšanu;
- izskata saņemtos patērētāju iesniegumus par patērētāju tiesību pārkāpumiem, sniedz palīdzību patērētājiem konfliktu risināšanā ar e-veikalu īpašniekiem, pieprasa patērētāju likumīgo prasību izpildi;
- uzrauga patērētāju tiesību ievērošanu līgumos, ko patērētāji slēdz ar e-veikalu īpašniekiem, veic normatīvajos aktos paredzētās darbības, lai e-veikala īpašnieks grozītu līgumu vai pārtrauktu pildīt līguma noteikumus, ja tajā ir konstatēti netaisnīgi vai neskaidri noteikumi;
- savas kompetences ietvaros uzrauga preču un pakalpojumu elektroniskās tirdzniecības, komerciālo paziņojumu sūtīšanas, iespēju piedāvāšanas informācijas meklēšanai, piekļuvei pie tās un informācijas ieguvei, pakalpojumu, kas nodrošina informācijas pārraidi elektronisko sakaru tīklā vai piekļuvi elektronisko sakaru tīklam, kā arī informācijas glabāšanas aprīti. Patērētāju tiesību aizsardzības centrs sniedz pakalpojuma sniedzējiem un pakalpojuma saņēmējiem informāciju par sūdzību izskatīšanas kārtību un citu informāciju.

Ja Patērētāju tiesību aizsardzības centrs konstatē šā likuma pārkāpumus, tas ir tiesīgs:

- pieprasīt visu lietas būtības noskaidrošanai nepieciešamo informāciju;
- likt pakalpojuma sniedzējam izbeigt likuma pārkāpumu vai veikt konkrētas darbības tā novēršanai, kā arī noteikt šo darbību izpildes termiņu.

VEIKSMĪGI PROJEKTU PIEMĒRI E-KOMERCIJAS JOMĀ

Telehelp.lv

TeleHelp pakalpojumu nodrošina [SIA LatInSoft](#), kas ir viena no pieredzējušākajām IT kompānijām Latvijā. Uzņēmuma darbības pamatvirziens ir tehniskā servisa pakalpojumu sniegšana privātpersonām, maziem un vidējiem uzņēmumiem,

organizācijām un pašvaldībām, mūsdienīgu pārvaldības IT risinājumu izstrāde, piegāde un ieviešana.

TeleHelp – pakalpojuma būtība

Problēmas darbā ar datortehniku 70-80% gadījumos ir saistītas ar programmnodrošinājuma darbības traucējumiem, ar nepietiekošām lietotāja zināšanām, un tikai 20-30% gadījumos tām par iemeslu ir fizisks iekārtu bojājums.

Kvalificēts speciālists var novērst lielāko daļu traucējumu, bez jebkādas mehāniskas iejaukšanās datora aparatūrā – vienkārši operējot ar uzstādītajām datorprogrammām un to iestatījumiem.

TeleHelp – tehniskais atbalsts datora lietotājam no attāluma – pilnīgi jauns pakalpojuma veids, kas ļauj ātri, ērti, netērējot lieku naudu, atrisināt vairumu no problēmām ar datoru

TeleHelp – izmantošana

Lai izmantotu *TeleHelp* pakalpojumu, viss, kas nepieciešams personālā datora lietotājam, ir pieslēgums interneta tīklam un tālrunis.

Rekomendējams izmantot *TeleHelp* pakalpojumus šādās situācijās:

- problēmas ar programmnodrošinājumu;
- nepieciešams uzstādīt jaunu programmnodrošinājumu vai mainīt kādas programmas iestatījumus;
- nepieciešama sistēmas analīze traucējumu iemesla noteikšanai vai traucējumu novēršanai;
- nepieciešams pieslēgt vai konfigurēt perifērijas iekārtu (printeri, skeneri, digitālo fotoaparātu u.tml.),
- visās situācijās, kad lietotājam šķiet, ka ar dators nav kārtībā.

Attālinātā pieeja klienta datoram tiek veikta dažu minūšu laikā pēc zvana saņemšanas no klienta, un *TeleHelp* Servisa centra speciālists sāk risināt tehniskās problēmas neatkarīgi no tā, cik tālu no Servisa centra atrodas bojātais dators.

Lai izmantotu *TeleHelp*:

1. Zvaniet pa tālruni 90006046 un sekojiet operatora instrukcijām.
2. Mājas lapā apstipriniet *TeleHelp* piekļuves tiesības.
3. Lejupielādējiet programmatūru un startējiet to, kas izveido operatoram attālinātu piekļuvi klienta datoram. Tiklīdz bojājums tiek novērsts, saikne ar klienta datoru tiek pārtraukta pēc klienta iniciatīvas.

Problēmas ar datoru?

Mēs tās novērsīsim
Jūsu acu priekšā!!!



TeleHelp dienests:
tehniskais serviss
no attāluma

90006046

START TeleHelp

Lai izmantotu TeleHelp:

1 Zvaniet uz TeleHelp dienesta tālruni

90006046

Sagaidiet TeleHelp speciālista atbildi un sekojiet viņa norādījumiem.
Maksa par zvanu 3.54 LVL, ieskaitot PVN.

2 Apstipriniet TeleHelp piekļuves tiesības

Piekrītu [TeleHelp lietošanas noteikumiem](#), tālruņa sarunas ierakstam un TeleHelp speciālista piekļuvei manam datoram

3 Sāciet TeleHelp sakaru seansu

Nospiediet pogu, kas ir iekrāsosies jaunā krāsā – Sākt darbu ar TeleHelp.



TeleHelp Jums palīdzēs:

P O T C P S Sv

darbdienās
no 9:00 līdz 18:00

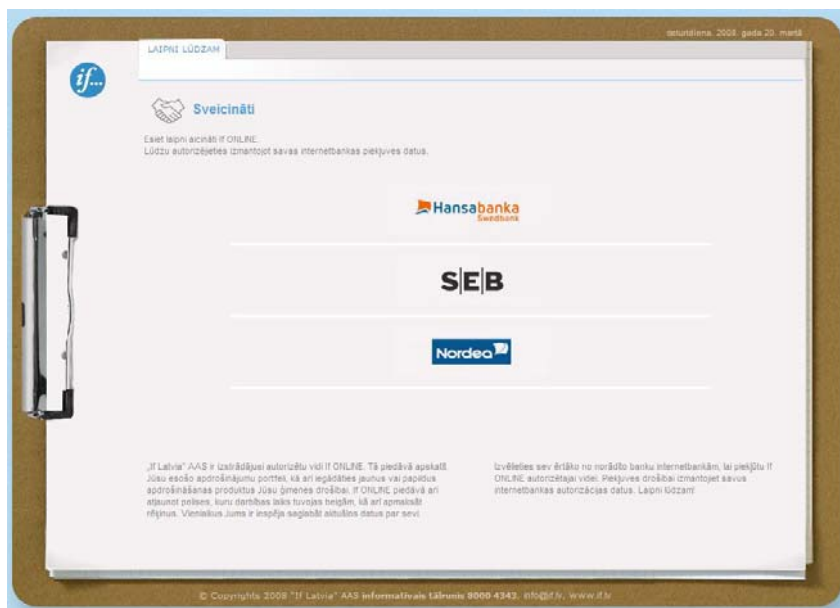
sestdienās
no 10:00 līdz 15:00

nestrādā

Plašāk ar pakalpojumu varat iepazīties www.telehelp.lv

If ONLINE klientu portāls

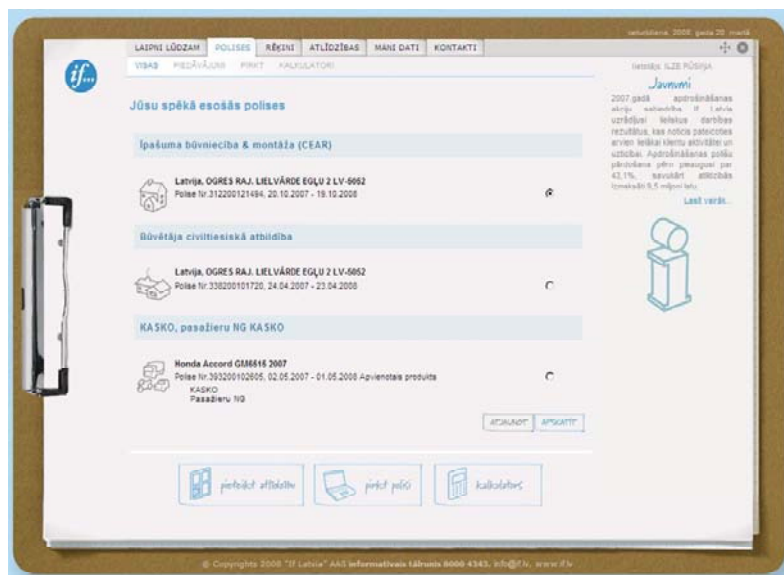
AAS „If Latvia” ir izstrādājusi autorizētu vidi – **If ONLINE KLIENTU PORTĀLS**. Tā piedāvā apskatīt esošo apdrošinājumu portfeli, kā arī iegādāties jaunus apdrošināšanas produktus. **If ONLINE KLIENTU PORTĀLS** piedāvā atjaunot polises, kuru darbības laiks tuvojas beigām, kā arī apmaksāt rēķinus. Vienlaikus ir iespēja saglabāt aktuālos datus par sevi.



If ONLINE 24 stundas diennaktī piedāvā iegādāties:

- ceļojumu apdrošināšanu;
- nekustamā īpašuma un iedzīves apdrošināšanu;
- OCTA apdrošināšanu;
- KASKO apdrošināšanu.

Papildus apdrošināšanas iegādei *If ONLINE* piedāvā arī pietikt KASKO negadījumus tiešsaistē.



Interneta veikals Xnet.lv

SIA *Xnet* ir dibināts ar mērķi, kļūt par vienu no Latvijas lielākajiem interneta veikaliem. 2003.gada martā tika atvērta interneta veikals www.Xnet.lv, kurš kļuvis par vienu no Latvijas populārākajām un iemīļotākajām interneta tirdzniecības vietām. Tas tirgo foto un video tehniku, sakaru līdzekļus, mp3 atskaņotājus, sadzīves tehniku, televizorus, audio tehniku, datortehniku, biroja tehniku, spēlēs un aprīkojumu, sporta

preces, tūrisma preces, preces mājai un dārzam, automašīnas piederumus, CD, DVD un VHS, grāmatas, bērnu preces, preces skaistumam un veselībai, dāvanas.

SIA Xnet ir noslēdzis sadarbības līgumus ar Latvijas lielākajiem vairumtirgotājiem, servisa centriem un oficiālajiem importētājiem. Tas dod iespēju piegādāt klientiem oriģinālus produktus par zemām cenām, nodrošinot kvalitatīvas konsultācijas, perfektu apkalpošanas kultūru un kvalitatīvu servisu.

The screenshot shows the Xnet website interface. At the top, there is a navigation bar with the Xnet logo, language options (latviski | no russki), and a search bar. Below the navigation bar, there is a main banner for a computer system with the text "Datorkomplekts studentiem MLUX" and a price of "299 Ls". To the right of the banner is a "Pirkumu grozs" (Shopping cart) section. Below the banner is a "Akcijas preces" (Special offers) section with a grid of products. The left sidebar contains a navigation menu with categories like "DATORI" (Computers), "MONITORI" (Monitors), and "PROGRAMMĀTŪRA" (Software).

Navigation Menu:

- Sākums
- Visas preču kategorijas
- DATORI**
 - Portatīvie datori
 - > 7"-11" ekrāni
 - > 12"-13" ekrāni
 - > 14"-16" ekrāni
 - > 17"-20" ekrāni
 - > Macintosh
 - > Somas
 - > Uzlīmes
- Galda datori
 - > Mājas datori
 - > Spēļu datori
 - > Biroja datori
 - > Datorkomplekti
 - > Macintosh
 - > Macintosh piederumi
 - > Multimēdiju centri
- Plaukstdatori
 - Plaukstdatori ar GSM
 - Plaukstdatoru pieder.
 - Elektroniskie tulkoņi
 - Datoru aksesuāri
 - Serveri
- MONITORI**
 - LCD monitori
 - > 15"-17" LCD
 - > 18"-19" LCD
 - > 20"-27" LCD
 - > 30"< LCD
 - TV, LCD kronšteini
- PROGRAMMĀTŪRA**
 - Anhivēti