

УДК 004

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ INTERNET-МАГАЗИНА

*Никулина С. И., студентка 1 курса факультета агротехнологий
земельных ресурсов и пищевых производств
Научный руководитель - Бунина Н.Э., кандидат
экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

Ключевые слова: *Internet-магазин, электронная коммерция, виды Internet-магазинов, оплата.*

Статья представляет собой анализ структуры internet-магазина. Раскрываются особенности ведения одного из видов электронного бизнеса.

Электронная коммерция стала неотъемлемой частью экономики. По мере интенсивного роста числа пользователей сети Internet она становится все более мощным инструментом бизнеса, средством реализации товаров и услуг. Internet стал основным источником информации для огромного числа потенциальных покупателей. По данным Российской Ассоциации электронной коммуникации (РАЭК) объем рынка электронной коммерции в России в 2018 г. – около 2 трлн рублей. Рост за год составил 16% [1].

Электронная коммерция - сфера мировой экономики, включающая в себя финансовые и торговые транзакции, которые проводятся при помощи компьютерных сетей, а также все виды бизнес-процессов, связанные с проведением таких транзакций. Непрерывно увеличивается число интернет-магазинов, которые занимаются дистанционной торговлей. Причиной такого бизнеса стало развитие интернета, компьютерных систем, мобильных технологий [2].

В мировую сеть внедрилась продажа, через Всемирную паутину стали предоставляться многочисленные оплачиваемые услуги [3].

Электронная коммерция предоставляет огромные возможности для развития своего дела. Однако для того чтобы использовать ее действительно эффективно мало быть талантливым предпринимателем, точно так же, как и мало уметь ориентироваться в безграничном виртуальном пространстве. Необходимо еще обладать рядом высокотехнологичных инструментов для ведения электронного бизнеса. Одним из них и является Internet-магазин.

Internet-магазин – это сайт, распространяющий товары в Internete. Позволяет пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа в сети internet.

Основное отличие Internet-магазина от традиционного заключается в типе торговой платформы. Если обычному магазину нужна торговая площадка, витрины, ценники, а также продавцы, кассиры и опытные консультанты, то в Internet-магазине вся инфраструктура реализуется программно. Другими словами, Internet-магазин – это совокупность программ, работающих на веб-сайте, которые позволяют покупателю дистанционно выбрать товар из каталога и оформить заказ. Функции витрины и торгового зала выполняют «страницы» с иллюстрированным каталогом товаров, а консультантов – подсказки, инструкции и описания. Все остальное – как в обычном магазине. Даже в интерфейсе Internet-магазина сохраняются привычные элементы, например виртуальная «тележка» («корзина»), куда мы поместили выбранные товары на пути в кассу.

Internet-магазины можно разделить на несколько типов: по видам продаж; по товарам в каталоге; по бизнес-модели; по отношениям с поставщиками.

Главная особенность Internet-магазина – большая часть взаимодействия между продавцом и покупателем происходит в режиме онлайн. Этапы покупки и продажи довольно успешно автоматизированы. Это большое преимущество. Но в то же время это всего лишь одна из трудностей, которые предстоит преодолеть любому Internet-магазину вселить уверенность в посетителя и заставить его совершить покупку. Следующий шаг-выбор формы оплаты. Как правило, происходит переход на сайт платежной системы, где пользователь авторизован и платит за покупку. После оплаты, посетитель возвращается на сайт и получает подтверждение – оплата прошла или нет. Если нет, вас обычно просят повторить попытку или обратиться за помощью к менеджеру Internet-магазина.

Кроме своих положительных сторон такой метод торговли имеет и ряд недостатков, к которым относится хакерский взлом, недочеты в разработке программных утилит, приводящие к ошибкам функционирования Internet-сайта, возможность кражи баз данных номеров платежных карточек клиентов. Справиться с этими проблемами поможет техническая поддержка разработчика. При заказе сайта стоит обратить внимание на ее наличие.

Одна из проблем – неизвестность конечного результата при обра-

щении к разработчику Internet-магазина [5], [6]. Все-таки эта услуга не дешевая и хочется иметь уверенность в качественном ее исполнении. При обращении к исполнителю можно поинтересоваться, существует ли пробное бесплатное тестирование, чтобы убедиться в правильном функционировании сайта [7].

Невозможность живого общения для привлечения клиентов – также относится к проблемам. Если люди, которые ходят в обычный магазин, могут поддерживать диалог и делать словесную рекламу вашего товара, то в онлайн-коммерции вы можете привлечь их внимание грамотным описанием товаров и услуг, ярким дизайном и конкурентоспособными ценами.

Internet-магазины начинают вытеснять традиционные оффлайн-магазины. Для крупных торговых сетей интернет-магазин – это возможность занять свою нишу в интернет-пространстве, возможность привлечь новых покупателей. А мелких предпринимателей сфера интернет-торговли привлекает небольшими первоначальными финансовыми вложениями, отсутствием необходимости арендовать торговую площадь [8].

Покупатели выигрывают во времени, так как им не приходится стоять в очереди, они могут проанализировать характеристики и цены.

Библиографический список:

1. Российская Ассоциация Электронных Коммуникаций [Электронный ресурс]: официальный сайт. - М.: РАЭК, 2006-2019. - Режим доступа: <https://raec.ru/>
2. Бунина, Н.Э. Анализ видов электронной коммерции/ Н.Э. Бунина, Ю.А. Падиярова // Материалы VIII международной научно-практической конференции «Современное образование: плюсы, минусы и перспективы». – Саратов, 2017. - С. 32-35.
3. Бунина, Н.Э. Системы электронных платежей / Н.Э. Бунина, В.Ю. Аршинова // Материалы V международной научно-практической конференции «Инновационный и научный потенциал XXI века». - Саратов, 2017. - С. 23-27.
4. Видеркер, М.А. Тенденции потребительских онлайн-покупок в Ульяновской области / М.А. Видеркер, О.А. Заживнова, В.О. Семенова, О.В. Солнцева // Материалы международной научно-практической конференции «Наука сегодня: проблемы и перспективы развития»: сборник научных трудов. – Волгодла: ООО «Маркер», 2015. - Ч. 3. - С. 99-100.
5. Бунина, Н.Э. Внедрение интерактивных образовательных технологий в учебный процесс вуза / Н.Э. Бунина, О.В. Солнцева // Материалы II международной научно-практической конференции «Образование в XXI веке: путь к

- новым кризисам?». - Саратов: Академия бизнеса, 2014. - С. 54-58.
6. Солнцева, О.В. Информационные технологии в науке и образовании: Лабораторный практикум для аспирантов / О.В. Солнцева, Н.Э. Бунина, М.А. Видеркер, О.А. Заживнова Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2015. - 64 с.
 7. Бунина, Н.Э. Дистанционное образование в Ульяновской области/ Н.Э. Бунина, К.Ф. Гайсина, Т.Ю. Зиневич, А.В. Коновалов// Электронный журнал «Экономика и социум» № 6 (19), 2015 г.
 8. Бунина, Н.Э. Специализированное программное обеспечение для автоматизации предприятий общественного питания / Н.Э. Бунина, В.А. Антипова, И.А. Пахарькова // Материалы международной научно-практической конференции «НОВАЯ НАУКА: ОТ ИДЕИ К РЕЗУЛЬТАТУ»: сборник научных трудов. - Sterlitaamak: RIO AMI, 2015.

FEATURES OF CREATION OF INTERNET-SHOP

Nikulina S.I.

Key words: *Internet-shop, e-Commerce, types of Internet-shops, payment.*

The article is an overview of the structure of the internet-shop. It describes the features of the conduct of one of the types of electronic business.