

## Развитие Интернет-коммерции в Ставропольском крае

*Лемешко Филипп Владимирович<sup>1</sup>*

*Студент 4-го курса*

*Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия*

*E-mail: feelipp@gmailx.com*

В условиях роста розничного рынка Интернет становится все более перспективным каналом реализации продукции, растет число потребителей, которые предпочитают делать покупки именно посредством сети потому, что это просто удобно. В многочисленных онлайн-магазинах всегда широкий выбор товаров, а цены успешно конкурируют с ценами традиционной розницы.

В начале своего возникновения Интернет-магазины, как в России, так и в мире, были всего лишь своеобразными витринами, на которых размещалась важная для потребителей информация. Сегодня on-line-площадки стали полноценными магазинами в привычном значении этого слова, причем спектр выполняемых ими задач существенно расширился. Естественно, первоочередной задачей остается организация продаж разного рода товаров. Однако собственный сайт компании, который в подавляющем большинстве случаев и является основным каналом продаж, также способствует достижению ряда других целей – презентациям новых решений, поиску клиентов и партнеров.

Несмотря на ощутимый рост оборотов Internet-продаж, количество покупателей, использующих Интернет в качестве супермаркета, увеличилось всего на 5%. Потребитель, найдя возможность "прийти" в виртуальный магазин, сталкивается еще с рядом проблем, начиная от выбора товаров и оформления заказа и заканчивая оплатой покупки.

По данным НАУЭТ, наиболее продаваемыми в on-line являются компьютеры, комплектующие, бытовая и оргтехника, автомобили и запчасти к ним.



*Источник: НАУЭТ*

Интернет-магазин обладает рядом бесспорных достоинств: возможность круглосуточной работы, широкая аудитория, существенное сокращение издержек на PR и рекламу, экономия торговых площадей и времени сотрудников. Однако, несмотря на длинный список достоинств, виртуальные магазины пока только начинают своё развитие в Ставропольском крае.

Для более быстрого и выгодного продвижения данного вида коммерции, мы предлагаем разработку, внедрение и сопровождение Интернет-магазинов на выгодных условиях оплаты за услуги. Наша идея заключается в особенностях составления договора, не требующего полного внесения стоимости за Интернет-магазин. То есть, фирма-заказчик выплачивает сначала только первый взнос за разработку. В дальнейшем остальная часть оплаты внедрения и сопровождения производится за счет некоторого процента от оборота продаж

<sup>1</sup> Автор выражает признательность к.э.н. Галстян А.Ш. за помощь в подготовке тезисов

через разработанный On-line магазин в течение договорного времени. Данный вид договоренности позволит осуществить запуск Интернет-магазинов уже в кратчайшие сроки. Соглашение является наиболее выгодным как для продавца, так и для разработчиков on-line-магазина. Это своего рода «Интернет магазин в кредит», так как не каждая фирма готова сразу вкладывать от \$3000 и более в проект, к тому же неизвестно в какие сроки он окупится. Поэтому в интересах исполнителей заказа и, тем более, фирмы будет наиболее быстрое и качественное продвижение Интернет-магазина, а так же его грамотное исполнение. Однако независимо от сроков окупаемости данная услуга позволяет значительно снизить затраты на рекламу компании, а также, как уже говорилось ранее, презентации новых решений, поиска клиентов и партнеров. Что касается ситуации в нашем регионе, он имеет достаточное количество потенциала, как в числе разработчиков, так и в числе фирм-заказчиков и, что немаловажно, в числе потенциальных клиентов электронных магазинов. Причиной совершения покупок в on-line является удобство покупки товаров через сеть и ценовые преимущества on-line-продавцов.

Предлагаемая идея будет иметь большой экономический эффект роста коммерциализации Интернета в нашем регионе, так как позволит при небольших капиталовложениях получить полноценно функционирующую структуру «Магазин в сети» в короткие сроки. В ситуации, когда потенциальный клиент, благодаря сети, имеет доступ к множеству конкурирующих фирм из разных регионов страны, именно создание имиджа надежной компании, успешно проявившей себя на Интернет-рынке, имеющей узнаваемый бренд и грамотно налаженную систему обратной связи с потребителем, становятся определяющими факторами успешности продаж.

#### Литература:

<http://www.cnews.ru> (издание о высоких технологиях)

<http://www.oborot.ru> (Интернет-магазинам об электронной коммерции)

<http://itc.ua/internet.phtml> (ITC Online - Новости, обзоры аналитика, рынок IT)

<http://www.nauet.ru/> (Национальная Ассоциация Участников Электронной Торговли)