

Г.О. Брусникин
Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.И. Пугина
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: econom@mivlgu.ru

Целесообразность создания интернет-магазина

Современная экономическая ситуация, связанная с переходом к рыночным отношениям, диктует предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Они вынуждены искать такие формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых решений.

Поэтому всякий, кто всерьез хочет заниматься предпринимательской деятельностью и получать прибыль в рыночной среде, должен иметь хорошо продуманный и всесторонне обоснованный детальный план – документ, определяющий стратегию и тактику ведения бизнеса, выбор цели, техники, технологии, организации производства и реализации продукции. Наличие хорошо разработанного плана позволяет активно развивать предпринимательство, привлекать инвесторов, партнеров и кредитные ресурсы. Он дает также возможность:

- определить пути и способы достижения поставленных целей;
- максимально использовать конкурентные преимущества предприятия;
- предотвратить ошибочные действия;
- отследить новые тенденции в экономике, технике и технологии и использовать их в своей деятельности;
- доказать и демонстрировать обоснованность, надежность и реализуемость проекта;
- смягчить влияние слабых сторон предприятия;
- определить потребность в капитале и денежных средствах;
- своевременно принять защитные меры против разного рода рисков;
- полнее использовать инновации в своей деятельности;
- объективнее оценивать результаты производственной и коммерческой деятельности предприятия;
- обосновать экономическую целесообразность направления развития предприятия (стратегия проекта).[1]

Одновременно план является руководством к действию и исполнению. Он используется для проверки идей, целей, для повышения эффективности управления предприятием и прогнозирования результатов деятельности. По мере реализации и изменения обстоятельств план может уточняться путем корректировок соответствующих показателей.

Итак, Интернет магазин как бизнес является высокодоходным и перспективным при грамотной организации производства, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих купить товар в интернете, растет в связи с желанием экономить свое время. Следовательно, количество заказов на покупку в интернете будет только расти.

Количество Интернет магазинов в зоне Рунета в настоящее время по официальным источникам приближается к 36600. В связи с приростом потребителей продукции интернета и Рунета в России потенциальное количество открытия новых Интернет магазинов составляет 28000 единиц, при общей картине увеличения интернет -потребления до 177% в год[4]

Но при работе интернет магазина всегда есть следующие риски:

- Похищение базы данных клиентов (для снятия денег с их счетов, передачи конкуренту и т. д.);
- Мошенничество с электронными платежами;
- Внесение злонамеренных изменений в каталог товаров (например, изменение цен или описаний товарных позиций);
- Вмешательство в процесс работы магазина (перенаправление потока клиентов на другие ресурсы, дефейсинг — замена главной страницы интернет-магазина на другую страницу, выгодную мошеннику и т. д.);
- Внедрение вредоносного кода в страницы магазина (для кражи реквизитов кредитных карт, создания сети зараженных компьютеров и т. д.);

Секция 35. Торговое дело

- Вывод магазина из строя путем прямого вмешательства, осуществления DDoS-атак (направление многочисленных запросов на сайт магазина, приводящих к остановке его работы) и т. д.;

- Появление «сайта-паразита», использующего ресурсы и известность магазина, что приводит к замедлению его работы и снижению его места в поисковой выдаче.[3]

С данными рисками можно справиться благодаря специализированным серверным программам для защиты сайта.

После устранения рисков связанных с работой сайта, нужно перейти к составлению интерфейса магазина. Интерфейс должен быть удобным и понятным для пользователей, выполнен в спокойных цветовых тонах(белые, голубые, синие тона), навигация должна быть быстрой.[2]

Далее нужно позаботиться о доставке товаров не только в пределах своего города или района, но и о доставке некоторых групп товаров в соседние области. На первом этапе с такой доставкой легко справиться Почта России, но это может принести дополнительные затраты на доставку, нежели доставка через собственного курьера.

Таким образом Интернет магазин на условиях достаточных инвестиций, приносит высокий доход и окупает производство в течение одного двух лет.

Литература

1. Дэниел Эймор «Internet-магазины и закупочная деятельность»/«Электронный бизнес. Эволюция и/или революция» изд. «Вильямс» 2010 г. С. 291-302.

2. Пирогов С.В. - «Обзорных крупных проектов» /«Электронная коммерция» Москва 2013 - С.69-61

3. Балабанов И.Т. - «Торговля через виртуальный магазин» /«Электронная коммерция»/ 2014г. С.195-197

4. Паршенцев А.А. Проблема и перспективы развития электронных магазинов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. - № 3. – С. 84-89.