

ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КАК НАПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях нестабильности экономической ситуации достижение положительных финансовых результатов коммерческой фирмы зависит от множества факторов. Одним из них является выбранная торговая политика.

Торговая политика предприятия – это совокупность мер организации, связанных непосредственно с производством товара и его совершенствованием, реализацией или снятием с производства, а также сервисным и предпродажным обслуживанием. С целью повышения конкурентоспособности предприятия, а также успешного продвижения своих товаров на рынке, следует разработать подходящий метод их реализации [1].

Комплекс вопросов, решение которых позволяет обеспечить наиболее полное удовлетворение потребностей потребителей, относится к сфере сбытовой политики компании. Условия конкурентного рынка требуют от фирм постоянного поиска путей повышения эффективности деятельности, будь то увеличение объемов продаж, сокращение времени оформления сделок или улучшение качества обслуживания. На современном этапе развития общества происходят процессы информатизации и глобализации, они изменяют не только содержание экономической жизни хозяйствующего субъекта: его отношения, структуру, институты, но и реализуются в рамках абсолютной иной реальности – виртуальной.

Постановлением Минторга РБ № 24 «О классификации форм розничной торговли» от 26 июня 2014 г. выделены некоторые виды торговли. Среди них - торговля без (вне) торговых объектов – тоже самое, но без всякого, постоянного или передвижного торгового объекта, и торговля по образцам – при такой торговле покупателю демонстрируется образец товара или его модель, изображение. После оплаты покупка передается покупателю, в т.ч. почтовым отправлением. К этим видам торговли, в первую очередь, относится и набирающая все больший вес интернет-торговля [2].

Очевидно, что перенос из реального пространства в виртуальное пространство сети Интернет таких форм экономических взаимодействий как купля-продажа, поиск информации является существенным фактором совершенствования торговой деятельности и требует новых концептуальных подходов и глубокого анализа.

В XXI веке без использования современной, управляемой и устойчивой информационной среды невозможно развитие не только крупных промышленных компаний, обладающих достаточными активами, но и сравнительно небольших фирм, одним из основных видов деятельности, которых является торговое посредничество.

При современном уровне развития общества интернет-торговля является неотъемлемой составляющей экономики большинства стран мира. Количество совершенных операций в данной сфере с невероятной скоростью растет, что оказывает на мировую экономику все большее и большее влияние.

В связи с этим произошёл резкий всплеск интереса потребителей к направлению отечественного бизнеса – созданию интернет-магазинов. Данное перспективное направление развития современной сетевой торговли вызывает интерес как у владельцев интернет-магазинов, которые создают электронные каталоги и размещают в них товары, так и у рядовых покупателей.

Появление интернет магазинов обусловлено не только расширением возможностей компьютерных технологий, но и тем, что сами бизнесмены признают выгодность такой формы работы по сравнению с торговлей в магазине, имеющем торговые площади, продавцов и возможность личного контакта с покупателями. [Создание интернет магазина](#) иногда осуществляется параллельно с созданием магазина розничной продажи этих же товаров, а иногда осуществляется отдельно.

Создание и открытие интернет-магазина обойдётся намного дешевле и займет гораздо меньше времени, так как отпадает необходимость в поиске площади для магазина, в подборе штата продавцов-консультантов и др. Вместе с тем, интернет-магазин может быть как основным источником прибыли, так и дополнительным по отношению к основному бизнесу. Более того, как и площадь под «оффлайновый» магазин, интернет-магазины сейчас не только покупаются, но и сдаются в аренду. При создании магазина очень важную роль играет качественная разработка и тщательно продуманная стратегия продвижения сайта. Есть варианты запуска интернет-магазина без вложений: на бесплатной CMS, с бесплатным шаблоном, по схеме дропшипинг (когда даже наличие товара на складе не требуется - продавец выступает своего рода посредником между поставщиком и конечным покупателем). На старте проекта владельцу магазина не понадобится даже персонал - операционные функции можно выполнять самостоятельно [3].

Среди самых важных организационных вопросов, которые нужно решить в самом начале осуществления подобной деятельности можно отметить: налаживание сотрудничества с поставщиками, организация каналов поставки реализуемого товара и заключение договоров с транспортными компаниями, которые будут заниматься организацией доставки. Как только все процессы будут полностью отлажены и будут решены вопросы, связанные с поставкой и доставкой продукции клиентам, регулировать процессы можно будет при помощи ноутбука и телефона. Современные владельцы крупных интернет-магазинов занимаются бизнесом из любой точки мира, так как нет никакой привязки к определенному географическому месту.

Для эффективного управления интернет-магазином не требуется не только наличие определенного расположения и привязки к месту, но также нет необходимости нанимать большое количество персонала. Если оборот торговой точки относительно небольшой, осуществляется розничная торговля, и были налажены все

необходимые связи с поставщиками, для управления интернет-магазином вполне достаточно будет одного человека. В его обязанности будут входить такие ежедневные процессы, как: заказ и закуп продукции, обновление каталога, прием и оформление заказов, организация доставки товара клиентам.

Ведение бизнеса в сети открывает перед предпринимателем широкие возможности в продвижении и раскрутке деятельности. В интернете предлагается огромное количество вариантов и методов рекламирования магазина. Среди самых популярных методов можно отметить: статьи с ссылками на сайтах, заметки на специальных площадках, размещение объявлений на порталах, социальные группы, общение в форумах и так далее. Одновременно с данными методами, можно заниматься продвижением интернет-магазина как обычного информационного сайта. Достаточно наполнять его контентом со специальными ключевыми запросами и можно быстро занять первые позиции в популярных поисковых системах. В отличие от оффлайн рекламы данные методы не занимают много времени и не требуют серьезных материальных вложений.

Одно из основных, и, пожалуй, наиболее важное преимущество интернет-магазина как бизнеса – это аналитика. Продавец может отслеживать практически каждое действие посетителя на сайте, проанализировать эффективность вложения каждой потраченной на онлайн-рекламу денежной единицы. При грамотном применении, такая информация может дать действительно большие преимущества.

Для получения максимального положительного эффекта от онлайн продаж следует учитывать некоторые составляющие при разработке интернет-магазина: актуальная информация о цене и наличие товара; грамотно организованный каталог товаров на сайте (необходим фильтр по основным показателям и не более 5 страниц с товарами в одном разделе); максимум информации о товаре: изображение, подробное описание, возможность провести сравнение с аналогами, возможность оставить отзыв; быстрая реакция на заказ и грамотные консультанты - это залог сохранения клиента; информирование на сайте об ориентировочных сроках доставки и своевременная доставка, с возможностью выбора временных интервалов [4].

Таким образом, интернет-магазин - это расширение географии покупателей, неограниченный ассортимент, экономия на помещении под магазин, выход на новые рынки. Каждый покупатель выбирает один интернет-магазин среди многих. И выбор будет сделан в пользу магазина, который сможет обеспечить своих посетителей качественными товарами при должных ценах и сроках доставки. Создать интернет-магазин непросто, но он того стоит. Ведь важно не только то, чтобы пользователь сделал заказ, но и то, чтобы он приходил снова и снова, несмотря на появление всё новых конкурентов.

Список использованных источников:

1. Теория организации: конспект лекций, Тюрина Анна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/2498> – Дата доступа: 22.10.2019.
2. Розничная торговля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/roznichnaya-torgovlya> – Дата доступа: 22.10.2019.
3. Свой интернет-магазин: плюсы и минусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.siteimage.com.ua/blog/internet-magaziny/svoi-internet-magazin-плюсы-и-минусы> – Дата доступа: 22.10.2019.
4. Плюсы и минусы интернет-торговли. Что нужно знать перед открытием интернет-магазина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bishelp.ru/svoe-delo/otrasl-12545/plyusy-i-minusy-internet-torgovli-что-нужно-знать-перед-открытием-internet> – Дата доступа: 22.10.2019.