

ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

студент гр. МК-01 Іванова Т.Є.

Сучасні споживачі стали вибагливими як до товарів, що пропонує ринок, так і до обслуговування. Часто байдуже ставлення до споживача призводить до втрати зацікавленості потенційних споживачів, і як результат, до втрати прибутків. Споживачі обирають комфорт та економію часу при покупці товарів або послуг, тому у сучасному світі процвітають продажі через Інтернет-магазини. Сучасні інформаційні технології надають можливість забезпечити найвищий рівень сервісу і зручність для споживачів. Однією з них є створення магазинів у мережі Інтернет.

Концепція створення магазинів у мережі Інтернет є достатньо привабливою для бізнесменів-початківців, оскільки дана діяльність має наступний перелік переваг: доступ до великої кількості клієнтів, витрати нижчі, порівняно із відкриттям звичайного магазину, торгівля в Інтернет-магазині може здійснюватись цілодобово, легкість підтримки контакту з клієнтами в режимі он-лайн, простота здійснення покупки.

Створення Інтернет-магазину включає у себе декілька етапів: відбір ідейної ніші – профіль магазину; юридичне оформлення Інтернет-магазину; пошук постачальників; створення сайту; оплата та доставка замовлень; просування сайту [1].

Є кілька суттєвих переваг юридичного оформлення Інтернет-магазину: не всі постачальники погодяться співпрацювати з сумнівною компанією, кур'єрські служби не завжди будуть готові передавати гроші за замовлення готівкою, оптові покупці будуть боятися відправляти гроші без розрахункового рахунку.

Пошуком постачальників потрібно зайнятися одразу після завершення етапу ідейної ніші. Недоцільно зосереджувати свою увагу на одному постачальнику, завжди повинен бути запасний варіант. Всі постачальники поділяються на виробників та дистриб'юторів. Виділяють 3 схеми співпраці із постачальниками: робота тільки зі своїм складом; робота під реалізацію, не маючи власного складу; комбінована схема (поєднання двох попередніх схем).

Найбільш поширеною є комбінована схема, оскільки підприємець повинен мати на складі товари, попит на яких найбільший, інші товари – закуповують у постачальників на замовлення [2].

Створення сайту починається з визначення специфіки сайту. Щоб виділитись серед конкурентів необхідно звернути увагу на деталі, що суттєво впливають на свідомість потенційного споживача: піктограма сайту, заголовок сторінки, домен, назва сайту, зміст сайту, зручність користування сайтом та дизайн сайту. На готовій титульній сторінці сайту розміщують інформацію про товари (короткий опис з фотографіями), останні акції, новини магазину та контакти. Сайт функціонує тоді, коли на ньому постійно оновлюється інформація, що може позитивно вплинути на рейтинг сайту при введенні користувачем певних слів, комбінацій або речень.

Невід'ємною частиною планування Інтернет-магазину є доставка товарів. Сучасна інфраструктура надає безліч можливостей доставити товар до споживача, найактуальнішими засобами є кур'єрська доставка, звичайна пошта, транспортні компанії та самовивіз. Доставка замовлень включає у себе організацію оплати товарів як у постачальників, так і отримання грошей від покупців – банківські рахунки, Інтернет-гаманці тощо.

Просування сайту – це комплекс заходів щодо забезпечення відвідуваності сайту цільовою аудиторією. Відвідувачами є потенційні споживачі, котрі зацікавлені у придбанні товарів, що представлені на сайті. Одним із найважливіших етапів просування сайту є пошукова оптимізація (SEO – Search Engine Optimization), яка являє собою комплекс

заходів щодо підвищення позицій сайту в пошукових системах, і таким чином, дозволяє збільшити його цільову відвідуваність [3]. Чим більше на створеному сайті унікальних текстів, тим частіше пошукові системи будуть відображати посилання на Інтернет-магазин.

Створення Інтернет-магазину – клопіткий процес, що має переваги та недоліки. Будь-яка підприємницька діяльність є ризиковою, однак, продажі у мережі Інтернет набули популярності серед молодого населення, а отже прогресивні настрої споживачів дають поштовх для розвитку Інтернет-інфраструктури.

1. «Базовая схема создания интернет-магазина» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://idivpered.ru/2012/07/bazovaya-sxema-sozdaniya-internet-magazina/>

2. «Как быстро найти поставщика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://moyafirma.com/kak-bystro-nayti-postavschika-dlya-internet-magazina-398.html>

3. «Раскрутка сайта» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.segodnya.ua/life/work/Kak-otkryt-svoy-internet-magazin-i-raskrutit-ego-v-seti-439830.html>

Науковий керівник: проф. Ілляшенко С.М.

Іванова, Т.Є. Етапи створення інтернет-магазину [Текст] / Т.Є. Іванова; наук. кер. С.М. Ілляшенко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 212-213.