

УДК: 658.872

DOI 10.22213/2413-1172-2017-4-47-50

Л. А. Ибрагимова, кандидат экономических наук, доцент, ИжГТУ имени М. Т. Калашникова  
А. И. Митрюкова, магистрант, ИжГТУ имени М. Т. Калашникова

## АНАЛИЗ ОШИБОК, СОВЕРШАЕМЫХ СОВРЕМЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Открывая свое дело, важно рассмотреть область будущей деятельности, узнать историю в собственном бизнесе. Анализ ошибок играет важную роль в последующей разработке собственного интернет-магазина и создании системной методики по открытию такого вида торговли в целом. Цель данного анализа заключается в идентификации ошибок уже существующих предприятий и рекомендаций, чтобы их избежать.

Отправной точкой развития интернет-торговли в России стала попытка открытия Андреем Герасимовым интернет-магазина по продаже компакт-дисков в 1995 г. Этот бизнес практически сразу пришлось закрыть ввиду его нерентабельности, а 31 августа 1996 г. произошел успешный старт интернет-магазина книг symbol.ru, который работает по сей день (сейчас его название books.ru) [1]. В 1998 г. было запущено три интернет-проекта: интернет-банкинг от Автобанка, виртуальный банк ИМТВ и магазин книг, видео- и аудиозаписей, а в следующем году было разработано решение, позволяющее существенно ускорить обработку заказов – автоматический интернет-шлюз. [2]. Примечательным является тот факт, что основными покупателями первого книжного онлайн-магазина (1996 г.) были жители отдаленных от столицы уголков России, а сегодня основная доля покупателей приходится на крупнейшие города, такие как Москва и Санкт-Петербург [3]. Таким образом, дефицит тех или иных товаров в отдаленных городах подтолкнул их жителей делать онлайн-покупки, а в дальнейшем потребители из центральной части также оценили удобство таких магазинов, доверившись их хорошей репутации на рынке.

Усиленный рост интернет-торговли начался с 2008-2009 гг., когда даже существующие «привычные» магазины стали размещать свои товары в сети. Выросла конкуренция: один и тот же товар можно было купить в различных магазинах с разными ценами, условиями доставки и гарантиями.

Особую роль играют китайские интернет-магазины, являющиеся благодаря своим низким ценам отправной точкой «привыкания» российских потребителей к онлайн-покупкам. Обычно, имея опыт первой покупки, люди охотнее приобретают товары и услуги через интернет. Однако многие (по данным исследовательской компании Nielsen в 2015 г. 70 %) по-прежнему не доверяют онлайн-платежам и предоплате, предпочитая оплачивать товары при получении, что негативно сказывается на новых и мелких интернет-магазинах, работающих по принципу дропшипинга (такие магазины не имеют собственного склада и являются посредниками между поставщиком и покупателем, товар при этом отправляется со склада поставщика). Впрочем для удобства потребителей за последнее время выросло количество способов безналичных платежей и оплаты онлайн.

С 2015 г. стоит отметить интенсивный рост интернет-продаж в регионах, так как в крупных городах рынок был уже практически насыщен. Многие крупные российские магазины сосредоточились на развитии региональных интернет-магазинов [4].

Таким образом, можно утверждать, что на сегодняшний день уже имеется определенный опыт открытия и управления интернет-магазином в России. Но, разумеется, никто не готов раскрывать секреты успеха, и в свободном доступе методики и рекомендации по созданию интернет-магазинов отсутствуют. Можно найти лишь статьи без конкретики, в большинстве из которых, бесспорно, содержится полезная информация (в некоторых – даже с примерами), но она не структурирована и во многих случаях не является актуальной на 2017 г. Некоторую информацию можно найти в сети Internet. Например, на портале Openbusiness.ru есть подробная статья на данную тему под названием «Исчерпывающее руководство по созданию интернет-магазина», но она была опубликована более пяти лет назад [5]. Существуют компании, специализирующиеся на создании интернет-мага-

зинов «под ключ» и сайтов для них с последующим консультированием по вопросам бизнеса на платной основе. Поэтому тематика настоящей статьи является актуальной и может быть интересна специалистам и предпринимателям в рассматриваемой сфере.

В настоящее время лишь 20 % из открывшихся интернет-магазинов остаются на рынке по истечении года с момента открытия, а половина из них закрываются в последующие 2-3 года [6]. Чтобы понять, почему это происходит, авторами настоящей статьи был проведен анализ форумов, посвященных интернет-торговле, статей на данную тематику и мнений владельцев такого бизнеса. В результате выделены и систематизированы основные ошибки при создании различных интернет-магазинов, приведенные ниже, а также предложены варианты возможных действий, позволяющих избежать негативных последствий такого рода ошибок.

1. Неправильная постановка задач. Часто случается такое, что новички неверно определяют задачи для достижения цели своего интернет-магазина: получение прибыли и удовлетворение потребительского спроса. Для корректной постановки задач поможет метод построения «дерева целей», при котором главную цель разбивают на подцели и определяют задачи для достижения каждой из них [7].

2. Выбор неподходящей ниши. У многих возникают сложности в выборе ниши – области товаров или услуг (например: компьютеры, мебель, кофе, парикмахерские услуги): часто выбор неопытных предпринимателей падает на высокочастотные (часто запрашиваемые) или чересчур узкие ниши (с небольшим количеством запросов). При выборе ниш с высокой частотностью будет очень тяжело бороться с конкуренцией, а что касается узких ниш, то здесь все индивидуально: в большинстве случаев заказов не будет вообще либо они будут редкими, однако в случае с дорогостоящими товарами прибыль будет большой даже при редких заказах. На основании вышеперечисленного разумнее выбирать ниши со средней частотностью, при этом обращая внимание на то, насколько вы разбираетесь в продукции, реализацией которой собираетесь заниматься. Проблемой могут стать условия хранения и габариты некоторых товаров. Для желающих связать свою деятельность с продажей сезонных товаров, актуальных только в определенное время года (например, надувных бассейнов), необходимо понимать тот факт, что продажи будут непостоянными, и большую часть года заказов будет мало.

В этом случае нужно тщательно проанализировать величину прибыли от такой деятельности – хватит ли ее для функционирования организации. Если нет, то необходимо поменять вид деятельности или выбрать дополнительную нишу для работы в другой сезон [8, 9].

3. Непродуманные действия владельца бизнеса. Случается такое, что при создании магазина молодой предприниматель лишь поверхностно представляет свои действия и их последовательность, что плохо влияет на скорость открытия магазина и может повлечь за собой проблемы в будущем. Для достижения поставленной цели рекомендуется использовать процессный подход. Определить задачи, после чего продумать план действий: 1) выделить основные и вспомогательные процессы; 2) разработать алгоритм взаимодействия процессов; 3) создать графическую модель интернет-магазина на основе выделенных процессов; 4) разработать четкий алгоритм действий (желательно со сроками) [10].

4. Оттягивание времени открытия. Молодые предприниматели стремятся учесть все нюансы, перед тем как открыть магазин, и из-за страха потерпеть неудачу постоянно откладывают открытие. Многие порой не доходят до старта, продумывая даже самые незначительные мелочи. Кто-то месяцами откладывает старт из-за того, что не может придумать название или дизайн сайта; кто-то выискивает все больше и больше информации, по факту удаляясь от цели. Можно долгое время рассматривать различные варианты, но все мелочи продумать невозможно. И пока одни раздумывают над этим, другие уже начинают свою работу. Поэтому не следует слишком много времени тратить на продумывание мелочей, достаточно разработать процессы и начать работу, а логотип, функционал сайта и прочее можно будет изменить по мере необходимости [11].

5. Ненужные функции на сайте. Молодые предприниматели часто проявляют свой перфекционизм в разработке сайта магазина, стремясь сделать его лучше, чем у конкурентов. Они создают функции, которые на их сайте не только не приносят пользы и удобства покупателям, но порой даже мешают ориентироваться в навигации. Качественный сайт прост для пользователя, акцент сделан на самих товарах, имеется удобный фильтр поиска. Отличительной чертой, чтобы посетителям запомнился интернет-магазин, служит логотип и дизайн, а привлечь будущих клиентов призвано уникальное предложение, отражающее, чем же хорош именно

этот интернет-магазин. В процессе работы магазина станет понятно, каких функций не хватает данному сайту, и их разработку можно будет заказать дополнительно.

6. Популярные слоганы и неуникальные тексты. Одним из самых непростых моментов является формулировка уникальных предложений, того, чем ваш магазин отличается от других. Часто предприниматели не могут самостоятельно выделить эти отличия и используют слоганы конкурентов, которые похожи друг на друга и не несут в себе ничего нового: «низкие цены», «лучший сервис», «мы лидеры, мы самые лучшие и давно работаем», «высокое качество» и т. д. Чтобы найти отличительные преимущества в вашем сегменте рынка, рекомендуется провести мозговую штурм и вспомнить поставленную цель. Так вы сможете сгенерировать несколько слоганов и выбрать подходящий. Тексты на сайте должны обладать 100%-й уникальностью, если вы хотите продвигаться в топ по поисковым запросам. Это один из главных методов продвижения в интернете. Поэтому не стоит целиком копировать чужую информацию. Как минимум необходимо сделать рерайт понравившегося текста, а лучше написать новый текст. Если у вас в штате нет сотрудников, занимающихся написанием текстов, можно заказать описания для вашего интернет-магазина у фрилансеров [12–15].

7. Единственный поставщик на целую группу товаров. Лучше иметь несколько поставщиков, так как могут сложиться форс-мажорные ситуации, когда единственный поставщик прекратит свою деятельность, изменит условия работы, или внезапно возросшая цена окажется для вас слишком высокой. К тому же часто одни и те же товары бывают в наличии у нескольких поставщиков.

8. Закупка больших партий товаров. Многие теряют большие суммы денег, закупив слишком большую партию товара, на который упал спрос. Даже в том случае, если предварительно спрос был проанализирован, и он был высоким, по непредвиденным обстоятельствам закупленный товар может стать невостребованным даже через короткое время, что практически невозможно спрогнозировать заранее. В связи с этим лучше делать небольшие закупки или работать с поставщиками, имеющими возможность отгрузки товара по одной штуке [16].

9. Аренда помещений без необходимости. Расходы на аренду офиса не оправданы на первоначальных этапах работы, когда прибыль минимальна, а затраты велики. В том случае, когда

необходимо провести встречу с поставщиком или клиентом, можно провести ее в кафе или ресторане. А подписание договоров сейчас чаще всего производится по e-mail с отправкой оригиналов почтой. При продаже небольших товаров также не имеет смысла арендовать склад. Единственный вариант, когда это делать выгодно, – продажа крупногабаритных товаров, таких как печи, мебель и др. Также можно не закупать товар, а осуществлять доставку напрямую от производителя, выступая в роли посредника.

10. Халатное отношение к финансам. Неразумное использование денежных средств может привести к их дефициту. Эта ошибка часто встречается на начальных этапах работы магазина. Лучше всего иметь запас денежных средств, а также тщательно проводить расчеты будущих затрат и их учет.

11. Работа в одиночку. Распространенной ошибкой является то, что предприниматель работает один, пытаясь одновременно заниматься всеми сферами работы одновременно, начиная от разработки сайта и заканчивая ведением бухгалтерии и доставкой заказов. Целесообразно делегировать полномочия либо пользоваться услугами фрилансеров, а также различными онлайн-сервисами (например, отдать ведение бухгалтерского учета на аутсорсинг) [17].

Данные ошибки и рекомендации по их предупреждению следует учитывать при разработке бизнес-процессов будущего интернет-магазина. Это поможет при создании магазина любой направленности, а также разработке системной методики создания магазинов в сети Интернет. Знание перечисленных ошибок и путей их предотвращения позволит молодым предпринимателям сократить степень риска и повысит их шансы на успешное открытие и функционирование интернет-магазинов.

#### Библиографические ссылки

1. Интернет-портал «Бухгалтерия.ру». URL: <http://www.buhgalteria.ru/article/n133678>
2. Раздел «Статьи» интернет-магазина бытовой техники «Техпланета». URL: [http://techplaneta.ru/articles/History\\_of\\_occurrence\\_the\\_Internet\\_of\\_shops/](http://techplaneta.ru/articles/History_of_occurrence_the_Internet_of_shops/)
3. Книжный интернет-портал «Pro-Books.ru». URL: <http://pro-books.ru/news/companynews/7784>
4. Сайт о современных технологиях ритейла и электронной коммерции. URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/rossiyskiy-e-commerce-gynok-v-pervoy-polovine-2016-goda/>
5. Ведущий российский портал бизнес-планов, руководств и франшиз «Openbusiness.ru». URL: <https://www.openbusiness.ru>

6. Проект «От малого к великому». URL: <http://alfabank.rbc.ru>

7. Ребрин Ю. И. Управление качеством : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004. 174 с.

8. Проект «От малого к великому».

9. Форумы. URL: <http://bishelp.ru/forum>

10. Скрипко Л. Е. Процессный подход в управлении качеством : учеб. пособие. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. 105 с.

11. HTML-форум. URL: <http://www.html.by>

12. Бизнес-форум «BizNet». URL: <http://www.biznet.ru>

13. Форум об интернет-маркетинге. URL: <http://searchengines.guru>

14. Форум о поисковой оптимизации сайтов. URL: <http://seo-forum.ru>

15. Бизнес форум «Выгодное дело». URL: <http://forumbusiness.net>

16. HTML-форум.

17. Форум малого бизнеса. URL: <http://fobiz.ru>

### References

1. *Internet-portal "Bukhgalteriya.ru"* [Internet-portal "Accountancy.ru"], available at <http://www.buhgalteria.ru/article/n133678> (in Russ.).

2. *Razdel "Stat'i" internet-magazina bytovoy tekhniki "Tekhplaneta"* [Section "Articles" of the online store of household appliances "Techplaneta"], available at [http://techplaneta.ru/articles/History\\_of\\_occurrence\\_the\\_Internet\\_of\\_shops/](http://techplaneta.ru/articles/History_of_occurrence_the_Internet_of_shops/) (in Russ.).

3. *Knizhnyy internet-portal "Pro-Books.ru"* [The book Internet portal "Pro -Books.ru"], available at <http://pro-books.ru/news/companynews/7784> (in Russ.).

4. *Sayt o sovremennykh tekhnologiyakh riteyla i elektronnoy kommertsii* [Website about modern technologies of retail and e-commerce], available at <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/rossiyskiy->

[e-commerce-rynok-v-pervoy-polovine-2016-goda/](http://e-commerce-rynok-v-pervoy-polovine-2016-goda/) (in Russ.).

5. *Vedushchiy rossiyskiy portal biznes-planov, rukovodstv i franshiz "Openbusiness.ru"* [Leading Russian portal of business plans, manuals and franchises "Openbusiness.ru"], available at <https://www.openbusiness.ru> (in Russ.).

6. *Proyekt "Ot malogo k velikomu"* [The project "From small to great"], available at <http://alfabank.rbc.ru> (in Russ.).

7. Rebrin U. I. (2004). *Upravlenie kachestvom* [Quality management]. Taganrog: TRTU (in Russ.).

8. *Proyekt "Ot malogo k velikomu"* [The project "From small to great"], available at <http://alfabank.rbc.ru> (in Russ.).

9. *Forumy* [Forums], available at <http://bishelp.ru/forum> (in Russ.).

10. Skripko L. E. (2011). *Protsessnyy podkhod v upravlenii kachestvom* [Process approach in quality management]. St. Petersburg: SPbGUEF (in Russ.).

11. *HTML-forum* [HTML-forum], available at <http://www.html.by> (in Russ.).

12. *Biznes-forum "BizNet"* [Business Forum "BizNet"], available at <http://www.biznet.ru> (in Russ.).

13. *Forum ob internet-marketinge* [Forum about Internet marketing], available at <http://searchengines.guru> (in Russ.).

14. *Forum o poiskovoy optimizatsii saytov* [Forum about search engine optimization of sites], available at <http://seo-forum.ru> (in Russ.).

15. *Biznes forum "Vygodnoyedelo"* [Business forum "Profitable business"], available at <http://forumbusiness.net> (in Russ.).

16. *HTML-forum* [HTML-forum], available at <http://www.html.by> (in Russ.).

17. *Forum malogo biznesa* [Small Business Forum], available at <http://fobiz.ru> (in Russ.).