

УДК 622

РАЗРАБОТКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ДЛЯ ТОРГОВЛИ

Архандеев Д.К., студент гр. ПИб-182, IV курс

Научный руководитель: Корниенко И.Л., ст. преподаватель

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

г. Кемерово

Сегодня пандемия коронавирусной инфекции (COVID-19) является глобальной проблемой с серьезными экономическими последствиями для общества во всем мире, включая изменения в поведении потребителей и предпринимателей. В связи с проблемой пандемии COVID-19 бизнесмены изменили способ ведения бизнеса с традиционного на цифровую. Электронная коммерция – это новая бизнес-модель цифровизации в эпоху пандемии COVID-19, поскольку каждая страна проводит широкомасштабную политику социальных ограничений. В связи с этим меняется структуру маркетинга, ведения бизнеса и общественного потребления. Возрос спрос на онлайн-покупки товаров и услуг, а также увеличения роли интернет-ресурсов в ведении бизнеса.

Пандемия изменила модель поведения людей при покупке и продаже различных видов товаров и услуг. Люди, которые раньше совершали львиную долю своих покупок в супермаркетах и торговых центрах, теперь вынуждены переходить в онлайн. Это касается и предпринимателей, не имеющих интернет-магазинов. Торговля через интернет включает в себя деятельность по покупке и продаже через электронные средства информации, процесс продвижения продукта. Реклама осуществляется через средства массовой информации или Интернет. Рынок интернет-торговли получил активное развитие еще до пандемии, но уже ранее запущенный процесс перехода из оптовой торговли в онлайн ускорился в 2020 году из-за пандемии, и, по мнению экспертов, этот рост и далее будет сохраняться. Пандемия стала мощным катализатором для развития интернет-торговли: по данным Data Insight на 2020 год отмечается и общий прирост аудитории онлайн-торговли: за 2020 год она выросла примерно на 10 млн человек.

В глобальном масштабе число пользователей Интернета по всему миру в период 2020 года достигло 4,54 миллиарда и 3,8 миллиарда активных пользователей социальных сетей. Данные от We Are Social о пользователях Интернета и активных пользователях социальных сетей. Это показывает масштабы цифровых взаимодействий в мире в течение 2020 года. Масштабы этого взаимодействия, безусловно, сильно повлияют на темпы роста интернет-торговли. Высокий рост электронной коммерции обусловлен пандемией

COVID-19, которая привела к тому, что население мира стало торговать, покупать и продавать товары онлайн.

Встает вопрос, а как же начать торговать в интернете?

Для этого необходимо обратиться к специалисту, который проведет подготовительный анализ и определит, какие задачи должен решать сайт, и его целевую аудиторию.

Вместе с ним сформировать техническое задание (ТЗ). Оно включает в себя:

- Информацию о компании и основных задачах сайта;
- Технические особенности проекта (адаптивность, кросбраузерность);
- Структура сайта (главные модули сайта и взаимосвязи между ними)
- Предпочтения по дизайну.

Хорошо проработанное ТЗ исключает факт того, что ваше видение сайта будет неверно поняты разработчиком, а также защищает обе стороны.

Со стороны заказчика ТЗ может выступать доказательством некачественно оказанных услуг, а также сэкономить бюджет, затрачиваемый на разработку, ведь с ним вероятность правок сайта минимальна. Может значительно ускорить процесс разработки интернет-ресурса, так как минимизирует процесс обсуждения за счет описания всех значимых моментов.

Также стоит не забывать о том, что интернет-магазин является одним из видов торговли, поэтому обойтись без бизнес-составляющие здесь невозможно.

Положительно сказывается на доверии пользователей список адресов "реальных" магазинов, поскольку у них есть шанс увидеть, что магазин действительно работает, что при желании клиент всегда может приехать и выбрать товар на месте, что виртуальные продажи это всего лишь способ упростить жизнь и сэкономить время клиенту. Особое внимание стоит уделить сервису, ведь потенциальный покупатель не может оценить товар в реальности, а ориентируется исходя из изображений, его спокойствие может быть достигнуто за счет процедуры возвратности товара. Ну и конечно же оплата. Форма оплаты не должна отпугивать покупателей, для этого она должна быть максимально простой и понятной.

Список литературы:

1. Создание ТЗ [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <https://va-promotion.ru/how-to-prepare-tech-specsfor-website/>, свободный (дата обращения: 26.03.2022).
2. Материалы из электронной библиотеки «Википедия». [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>, свободный (дата обращения: 26.03.2022).
3. Данные по интернет-рынкам. [Электронный ресурс]. -Режим доступа <https://roscongress.org/materials/vliyanie-pandemii-covid-19-na->

rossiyskiy-rynok-internet-torgovli/, свободный (дата обращения:
26.03.2022).