

Министерство образования и науки республики Бурятия
ГАПОУ РБ «Техникум строительства и городского хозяйства»

Межрегиональный интеллектуальный Форум молодежи учреждений
среднего профессионального образования «Ступени мастерства»

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА НА ТЕМУ
ИНТЕРНЕТ-ПОКУПКИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Выполнил: студентка группы ТТОП-21
Гянджиева Нигяр
ГАПОУ РБ «Политехнический техникум»
Руководитель: Орлова Т.В.,
преподаватель
ГАПОУ РБ «Политехнический техникум»

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
1. История возникновения интернет-торговли.....	5
2. Онлайн-продажи сегодня	6
3. Плюсы и минусы интернет покупок.....	8
4. Будущее онлайн-продаж.....	10
5. Практическая часть.....	13
Заключение.....	14
Список использованных источников.....	15

					<i>ИР 19.02.10.31.06.2019</i>			
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ документа</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>				
<i>Разработал</i>		<i>Гянджиева Н</i>			Интернет-покупки: преимущества и недостатки	<i>Литера</i>	<i>Лист</i>	<i>Листов</i>
<i>Проверил</i>		<i>Орлова Т.В.</i>				У	3	
<i>Н. контр.</i>		<i>Вторушина ЕВ</i>			ГАПОУ РБ «Политехнический техникум» гр. ТТОП-21			
<i>Утвердил</i>								

ВВЕДЕНИЕ

Интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни, а с ним все большую популярность набирает и онлайн-шоппинг. Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) выявила, что по итогам 2019 года российский рынок онлайн-торговли вырос вдвое по сравнению с 2018 годом и составил 920 млрд рублей. В основном это произошло из-за увеличения количества интернет-пользователей в регионах и развития мобильного интернета.

Если раньше делать покупки в интернете было чем-то из области фантастики, то теперь это вошло в нашу повседневную жизнь. Больше половины, а, точнее, 55% интернет-пользователей хотя бы раз попробовали сделать покупки в интернете. Перед теми, кто думает впервые воспользоваться услугами онлайн-магазинов встает вопрос: в чем же заключаются преимущества и недостатки онлайн-шоппинга?

В своей работе я решила подробнее рассмотреть этот вопрос и выяснить все за и против онлайн-шопинга.

Проблема: Является ли онлайн-шопинг перспективным?

Гипотеза: онлайн-шопинг может составить весомую конкуренцию обычным магазинам в ближайшее будущее.

Актуальность: Интернет-торговля, являясь достаточно молодым сегментом экономики России, активно набирает обороты в своем развитии.

Объект: онлайн-шопинг

Предмет: средства онлайн-торговли

Цель: Определить влияние онлайн-торговли на рядового покупателя.

Задачи:

1. Изучить историю онлайн-шопинга.
2. Определить преимущества и недостатки покупок в интернете.
3. Проанализировать аудиторию обучающихся и работников техникума на отношение к онлайн-шопингу

1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

В газетах и журналах, на остановках можно увидеть такие объявления о возможности совершения покупок в интернет – магазинах. Меня заинтересовало, а что такое интернет магазин и как в нем совершать покупки? Я обратился к помощи сети Интернет. Как оказалось интернет - магазинов очень много и все они достаточно разные. Интернет – магазины предлагают разные товары от игрушек до бытовой техники. Что же такое интернет магазин?

Интернет магазин- это специальные сайты, на котором люди могут просматривать наличие товаров и делать их заказ - онлайн. В таком интернет – магазине предлагается виртуальная корзина, в которую можно складывать понравившийся товар и сделать немедленный заказ или же отложить до следующего раза. Посещение таких интернет - магазинов бесплатное.

Преимущество их состоит в том, что вы экономите время. Вам не нужно объезжать все магазины города и тратить свое время и силы чтобы найти нужную вещь. Как правило, любой товар можно найти в Интернет - магазине, не выходя из дома. Во-вторых, это неограниченность времени, т.е. вы подолгу можете рассматривать понравившийся вам товар, и совершать покупки в любое время суток, а не ждать когда откроется тот или иной магазин.

Идея создания первого интернет-магазина появилась у Джеффа Бизоса в 1994 году. Он ехал поездом до Сиэтла и размышлял на тему того, насколько публичным и свободным стал Интернет. Он понял, что в интернете люди общаются, используют его для работы и в свободное время тоже. Из этого он сделал вывод, что аудитории в Интернете можно предложить делать покупки: заказывать товары и услуги. Джефф Бизос составил список всевозможных товаров, из которых исключил те, которые будет сложно пересылать и хранить. В результате, в первом интернет-магазине было можно приобрести книги, аудиокассеты, видеокассеты и диски тут же у продавцов возник вопрос о

способах оплаты товара, проданного через интернет-магазин. В связи с этим была создана первая электронная платежная система.

					<i>ПП 23.02.03.31.08.2019</i>	<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ документа</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>		6

2. ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ СЕГОДНЯ

В настоящее время многие из нас в той или иной мере практикуют интернет-покупки. В России за последние годы объем продаж от реализации товаров через интернет растет с каждым годом и имеет большие перспективы на будущее. В других странах, особенно европейских и США, интернет-продажа обычное дело для покупателя. Большинство ежедневных покупок – от продуктов питания для себя и своих домашних животных до предметов роскоши, производятся с помощью онлайн-продаж.

Российский ритейл (ритейл - розничная торговля) отличается от европейского и американского - непропорционально большим количеством продавцов и покупателей в Москве и Санкт-Петербурге по сравнению с другими регионами. Во второй половине 2017 года объем рынка электронной коммерции для Москвы и Санкт-Петербурга составлял более 60%.

Большинство интернет-продаж приходится на известные гиганты, такие как Озон и Эльдorado, они уже не первый год занимают лидирующие позиции. В ТОП-100 и даже в ТОП-200 интернет-магазинов за последние два года не прибавилось новых имен. В десятку самых известных магазинов в России, практикующих интернет продажи входят:

1. ULMART.RU - универсальный магазин. Оборот - 36 800 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 7360 000. Средний чек - 5000 рублей.

2. WILDBERRIES.RU - магазин одежды, обуви и аксессуаров. Оборот - 32 800 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 17 000 000. Средний чек - 1900 рублей.

3. CITILINK.RU - универсальный магазин. Оборот - 20 400 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 1 570 000. Средний чек - 13000 рублей.

4. MVIDEO.RU - магазин техники и электроники. Оборот - 36 800 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 7 360 000. Средний чек - 5000 рублей.

5. EXIST.RU - магазин автозапчастей. Оборот - 17 300 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 6 650 000. Средний чек 2600 рублей.

6. ELDORADO.RU - магазин электроники и техники.оборот - 16 900 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 2 090 000. Средний чек - 8100 рублей.

7. SVYAZNOY.RU - магазин электроники и техники.оборот - 16 700 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 1 720 000. Средний чек - 9400 рублей.

8. KUPIVIP.RU - магазин одежды, обуви и аксессуаров.оборот - 16 600 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 1 770 000. Средний чек - 9400 рублей.

9. OZON.RU - универсальный магазин.оборот - 15 200 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 5 180 000. Средний чек - 2900 рублей.

10. KOMUS.RU - магазин офисных товаров.оборот - 12 900 млн. рублей в год. Кол-во заказов в год - 1 250 000. Средний чек - 10300 рублей.

На долю этих компаний приходится около 30% рынка интернет-коммерции в России.

Сейчас тенденция посещаемости разных категорий интернет магазинов “выравнивается”. Упомянутые выше лидеры по спросу развиваются уже не так стремительно, их “догоняют” детские товары, продукты питания, товары для животных, для строительства и ремонта.

Наиболее популярные интернет-площадки для совершения покупок - «Aliexpress» (23% опрошенных интернет-покупателей), «Юлмарт», «Ozon.ru» и «Lamoda» (по 6% каждый)².

Самые популярные категории товаров для покупок в Интернете – это одежда (46% опрошенных), бытовая техника (40%), авиа- и ж/д билеты (31%) и электроника (28%). Одежду через Интернет чаще всего покупают женщины, а также молодые люди 18-24 лет, бытовую технику – респонденты 25-34 лет, электронику – мужчины, а также россияне в возрасте от 35 до 44 лет. Продукты питания онлайн приобретают 6% интернет-покупателей.

3. ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ИНТЕРНЕТ ПОКУПОК

В настоящее время все большее количество людей переходят на покупки через интернет. И, как известно, спрос рождает предложение, т.е. практически каждый день появляется новый интернет-магазин. Но до сих пор многие сомневаются в надежности покупок через интернет. Ниже можно ознакомиться со всеми плюсами и минусами интернет-магазинов.

Плюсы:

- **Время.** Приобретая необходимый товар нет необходимости тратить свое время и силы на походы по магазинам, т.к. прописав правильный запрос, можно найти соответствующий интернет-магазин. Также в онлайн-магазинах с помощью соответствующих параметров можно облегчить поиск нужной вещи. Более того, совершать покупку можно круглосуточно.
- **Деньги.** Зачастую в интернет-магазине по сравнению с обычной торговой точкой цена на один и тот же товар значительно ниже. Это происходит из-за того, что открытие электронного магазина значительно дешевле, т.к. нет необходимости в аренде помещения, найме персонала и прочее. Также онлайн-магазины регулярно проводят распродажи, которые в бутике можно встретить на много реже.
- **Ассортимент.** В интернет-магазине можно выставить большее число товаров, чем в обычных торговых точках. Это обуславливается тем, что полки «не резиновые» и размер помещения торговой точки не может вместить весь возможный товар. Также в онлайн-магазине поиск необходимого товара значительно проще, чем в торговом центре.
- **Характеристика.** Интернет-магазин предоставляет своим клиентам всю информацию о товаре, будь то габариты или страна-производитель, что может быть скрыто в обычных торговых центрах. Помимо этого онлайн-магазин не редко указывает, кому какой товар подойдет больше, например духи для женщины в возрасте или садовый инвентарь для дедушки.

- Оплата. Интернет-магазин предоставляет выбор по оплате, это может быть после получения товара, с помощью терминала или электронных денег.

- Доставка. При заказе товара, есть возможность выбрать подходящий способ доставки, это может быть доставка по почте, с помощью курьера или же самовывоз.

Минусы:

- Оценка товара на глаз. Покупатель знакомится с продукцией только в момент ее доставки, и не всегда она соответствует действительности. Но следует отметить, что зачастую интернет-магазины ревностно относятся к своей репутации и выставляют товар полностью соответствующий описанию. Если же возник какой-либо вопрос, всегда можно связаться с оператором магазина. Также продукция подлежит возврату, но следует отметить, что в этом случае все же будет необходимо оплатить доставку.

- Риск обмана. Перед тем, как заказывать что-либо в интернет-магазине, необходимо узнать о нем отзывы, т.к. есть не мало случаев, где недобросовестные онлайн-магазины присылали не качественный товар и не соглашались на возврат.

Реализация товаров через сеть выгодна не только для покупателей, но и для продавцов. В первую очередь — возможностью составить реальную конкуренцию товарам, представленным в традиционных магазинах и торговых центрах.

Продавец может предлагать товары по низкой цене, потому что ему не нужно выделять средства на оплату:

- аренды помещения;
- коммунальных услуг;
- зарплаты сотрудников;
- покупку и обслуживание торгового оборудования.

В результате можно реализовать товар по стоимости, лишь немного превышающей цены производителя, что делает продукцию более привлекательной для покупателей.

					<i>ПП 23.02.03.31.08.2019</i>	<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ документа</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>		<i>11</i>

4. БУДУЩЕЕ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

Многие даже не задумываются о том, насколько сильно Интернет повлиял на нашу повседневную жизнь. Сегодня им пользуются для ведения бизнеса, в качестве канала для общения, как средством массовой информации. Еще одно перспективное направление – торговля через Интернет.

Миллионы пользователей уже оценили преимущества покупок через Интернет. Они зачастую дешевле, предоставляют покупателю быстрый доступ практически к неограниченному ассортименту товаров, и удобны, поскольку вы можете совершать покупки, не выходя из дома. Это похоже на воплощение какого-то фантастического романа, но сегодня это реальность.

Развитие торговли через Интернет идет по пути повышения удобства для покупателя. В подобном онлайн-торговом центре теперь можно найти все необходимые товары. Вы избавляетесь от нужды путешествовать по многим сайтам в поисках того, что вам нужно.

Я заметила, как много крупных специализированных интернет-магазинов активно выходят из своих ниш, превращаясь в гипермаркеты- Wildberries, Citilink, "Юлмарт" и другие. Поначалу я думала, что это просто странный, но традиционный путь продолжения роста через бесконтрольное расширение ассортимента. Есть известный бренд, и таким образом можно привлекать больше клиентов со сформированным спросом. Товары ищут, и с большей вероятностью будут покупать их в знакомом месте. Да, конечно же, это так, но не только.

Еще в недалеком 2010 году продажи в интернете занимали лишь 1% в товарообороте страны, а объяснением этому является то, что в это время сеть еще находилась на стадии популяризации у народа и доступ к ней имели не все. В 2014 году эта цифра подросла до 5%, а к концу 2017 года продажи в интернет-магазинах увеличились минимум вдвое. Для сравнения, в развитых странах Европы и США интернет-торговля отвоевала уже 15-18% всего товарооборота, поэтому несложно предугадать развитие событий в России.

Также популярными остаются «щекотливые товары», которые люди стесняются купить в реальных магазинах:

- товары для взрослых;
- аптечные товары.

По праву перспективными товарами для интернет-магазинов можно назвать книги, товары для отдыха и мебель. Для последней это особо актуально, ведь все больше владельцев мебельных маркетов отказываются от аренды огромных помещений для выставки продукции в пользу интернет-площадок.

Помните, чтобы интернет-магазин качественно развивался и имел реальные перспективы, нужно обязательно правильно обустроить интернет-платформу. Люди потянутся к простому, но красивому дизайну, удобному и практичному меню, качественным фотографиям и детальному описанию товаров, и, конечно же, ответственному подходу к работе со стороны продавца и его сотрудников.

Продажи в сети сегодня растут с огромной скоростью, можно утверждать, что вскоре и в России, как в других странах мира, их процент будет продолжать расти, поэтому открывать свой интернет-магазин – дело обреченное на успех, но при условии правильной и постоянной работы.

5. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

В своей работе я проанализировала аудиторию техникума на предмет приверженности к интернет-покупкам. Для этого я провела социологический опрос по следующим вопросам:

1. Укажите свой пол и возраст?
2. Делаете ли вы покупки в интернете?
3. Что вы чаще всего приобретаете?
4. Что влияет на ваш выбор покупок через интернет?
5. Какой средний чек ваших покупок?
6. Все ли ваши интернет-покупки были удачными?
7. Что вас привлекает в интернет-покупках?
8. Каким способом вы оформляете заказ в интернет-магазине?
9. Какие способы расчета вы используете?
10. Вам нравится такой вариант покупок не выходя из дома?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вопрос «покупаете ли вы в Интернете» уже не актуален, гораздо интереснее «что, где и как вы покупаете». Причём география покупок тоже постоянно расширяется — благодаря глобализации и усовершенствованию технологий заказывать товары можно откуда угодно и привезут их практически в любую точку планеты.

Покупки в интернете, если это - известный и надежный интернет-магазин, могут быть удобнее (за счет экономии времени) и выгоднее (за счет низких цен, скидок и кэшбека).

Но объемы рынка продолжают расти за счет увеличения частоты покупок. У людей появляется опыт работы с магазинами и онлайн-платежами, у них всегда есть доступ в Интернет (смартфон в кармане почти у каждого), курьерские доставки расширяют географию и улучшают качество услуг.

Учитывая эти благоприятные факторы роста, можно сделать такой прогноз статистики интернет-торговли в России:



Ключевое наблюдение, о котором говорят специалисты по аналитике интернет-магазинов, звучит примерно так: с каждым годом изменения на рынке электронной коммерции происходят все быстрее. Поэтому важно следить за трендами, продумывать свои действия на пять шагов вперед и учитывать глобальные тенденции роста, который еще не скоро остановится.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сайт «Рефераты» - <https://www.ronl.ru/referaty/marketing/139090/>
2. <https://shopiweb.ru/nalogi-i-buhgalteriya/raschetyi-s-pokupatelyami/>
3. <https://5ballov.qip.ru/referats/preview/105257/>
4. http://www.0zd.ru/marketing_reklama_i_torgovlya/organizaciya_i_princip_raboty.html

					<i>ПП 23.02.03.31.08.2019</i>	<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ документа</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>		17