

ПРИЗНАКИ КЛАССИФИКАЦИИ КНИЖНЫХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Современные технологии в наши дни влияют на все сферы деятельности человека. Не обошли стороной эти изменения и книготорговлю. Общее снижение продаж заставляет искать новые пути привлечения читателя [1]. В настоящее время, время информационных технологий, когда большая часть населения планеты пользуется интернетом, имеет место распространение товаров, а в частности книг, именно посредством Интернета, т. е. путём создания Интернет-магазина.

Интернет-магазин (англ. Online-shop или e-shop) – веб-сайт, рекламирующий товар или услугу, принимающий заказы на покупку, предлагающий пользователю выбор варианта расчета, способа получения заказа и выписывающий счет на оплату [2].

На сегодня во всем мире, включая Украину, книжная торговля относится к отраслям, в которых Интернет-технологии используются наиболее эффективно. Этому, безусловно, способствует характер самого продукта. Книги, более чем многие другие товары, способны не только рекламироваться, но и продаваться именно через Сеть.

Книжный Интернет-магазин – явление не новое, однако достаточно долгое время вопросы оплаты покупок и доставки значительно ограничивали круг покупателей онлайн-магазинов. С развитием систем электронных платежей и упрощением доступа к средствам оплаты популярность покупки книг в Интернете резко возросла, так как книжный Интернет-магазин зачастую может предложить самые низкие цены, а также набор дополнительных услуг, таких как доставка книг на дом, заказ литературы, покупка электронных версий книг, аудиокниг и других [3].

В сети Интернет ведется ожесточенная конкурентная борьба среди книжных Интернет-магазинов за лидерство. Зайдя в поисковую систему Google, можно увидеть около 3 миллионов ссылок на сайты в среде русскоязычных книжных магазинов. В среде англоязычных сайтов – 187 миллионов ссылок. Это означает, что прежде чем создавать магазин такого рода, необходимо провести анализ уже функционирующих Интернет-магазинов. В первую очередь, необходимо выяснить, какие виды книжных Интернет-магазинов представлены на электронном рынке.

Как показал анализ литературы [4-7], посвященной данной тематике, как таковых признаков классификации книжных Интернет-магазинов не выявлено. Исходя из этого, целью данной работы является формирование признаков классификации книжных Интернет-магазинов.

Для того чтобы выявить признаки классификации, были проанализированы наиболее успешные по всем показателям книжные Интернет-магазины на украинском рынке. Такие как: Bookclub.ua, Bookshop.ua, Vambook.com.ua, Bookhouse.com.ua, Books.ua.

На основе проведенной работы книжные Интернет-магазины можно условно разделить на несколько типов по следующим признакам:

1. По количеству издательств, предлагающих свою продукцию:
 - 1.1. Сайт издательства. В настоящее время, подавляющее большинство издательств уже обзавелось собственными сетевыми представительствами. Издатели справедливо рассматривают Интернет в качестве очень эффективного инструмента для продвижения своей продукции и осуществления оптовых продаж. Поскольку издатели являются непосредственными производителями продукции – предлагаемые ими цены минимальны, что выгодно отличает их от некоторых книжных магазинов.
 - 1.2. Сайт, предлагающий продукцию различных издательств. Сайты такого рода отличаются от издательских богатством ассортимента, поскольку в них представлена продукция многих издательств.
2. По целевому назначению книжной продукции:
 - 2.1. Интернет-магазины, предлагающие книги по определённой теме.

- 2.2. Интернет-магазины, предлагающие книги по различной тематике.
3. По материальной конструкции предлагаемых изданий:
 - 3.1. Интернет-магазины, предлагающие электронные издания.
 - 3.2. Интернет-магазины, предлагающие печатные издания.
 - 3.3. Интернет-магазины, предлагающие комбинированные издания (издание, которое наряду с печатным текстом содержит записи звуков и изображения на других материальных носителях, или такое, которое имеет сопроводительную вспомогательную информацию).
4. По наличию книжного магазина:
 - 4.1. Сайт физически существующего книжного магазина.
 - 4.2. Виртуальный электронный магазин.
5. По необходимости регистрации на сайте:
 - 5.1. Интернет-магазины, требующие обязательной регистрации клиентов для дальнейшей их идентификации.
 - 5.2. Интернет-магазины, которые не требуют регистрации пользователя.
6. По типу средств онлайн-заказа:
 - 6.1. Корзина (позволяет покупателю набрать в один заказ несколько товаров).
 - 6.2. Почтовая форма (покупатель за один заход в магазин может купить только один товар).
7. По типу приёма платежей:
 - 7.1. Наличный расчёт.
 - 7.2. Безналичный расчёт (банковский перевод, банковская карта).
 - 7.3. Наложённый платёж (товар оплачивается на почте при получении).
 - 7.4. Электронные деньги (Web-money).
 - 7.5. SMS-платеж.
8. По типу доставки книг:
 - 8.1. Курьерская доставка.
 - 8.2. Почтовая доставка.

Из приведенной классификации видно, что книжные Интернет-магазины могут различаться между собой по ряду выше указанных признаков. Следовательно, для достижения наибольшего успеха книжного Интернет-магазина рекомендуется использовать предложенную классификацию в качестве базовой при его создании.

Литература:

1. Тенденция развития книготорговли в сети Интернет. [Электронный ресурс] // Деловая пресса – 2007. – № 41. – Режим доступа: http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_21961_aId_434398.html.
2. Словарная статья «Интернет-магазин». [Электронный ресурс] // Свободная энциклопедия Википедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-магазин>.
3. Где купить книгу – от рынка до книжного Интернет-магазина. [Электронный ресурс] // Книжный интернет магазин TheBook – 2010. – Режим доступа: http://thebook.com.ua/show_news_18.html.
4. Шакирова Т. Что такое интернет-магазин? Возможности и риски для Вашего бизнеса. [Электронный ресурс] // Техника и Интернет // Школа Жизни.ру – 2007. – Режим доступа к журналу: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-7361/>
5. Сергеев А.П. Раскрутка сайтов и основы электронной коммерции. Краткое руководство / А. П. Сергеев. – М.: Диалектика, 2005. – 256 с.
6. Евдокимов Н. В. Раскрутка Web-сайтов. Эффективная Интернет-коммерция / Николай Владимирович Евдокимов. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2009. – 160 с.
7. Клиффтон Б. Google Analytics: профессиональный анализ посещаемости веб-сайтов. Интернет-маркетинг / Брайан Клиффтон. – М.: Диалектика, 2009. – 400 с.