

# ОПРЕДЕЛЕНИЕ НИШИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ДЛЯ НЕСКОЛЬКИХ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

© Трофимова В. В., 2018

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Интернет-торговля на сегодняшний день является одним из самых динамично развивающихся сегментов экономики России. Последние 8 лет интернет-торговля растет в среднем на 30 %. Создание интернет-магазина позволяет значительно увеличить рынки продаж и минимизировать затраты. Поэтому открытие онлайн магазина сегодня является актуальным вопросом для многих российских предпринимателей. В статье приведен обзор оффлайн магазинов, которые могли бы быть заинтересованы в создании магазина в сети интернет.

*Ключевые слова:* интернет-торговля, онлайн магазин, увеличение рынка сбыта, минимизация затрат

Дистанционная торговля давно стала очень популярна, особенно в больших городах. Интернет-магазины пользуются немалым спросом ввиду многих причин.

Безусловно, покупатель не тратит время на утомительные перемещения по городу в поисках нужной продукции, приобретая тот или иной товар в виртуальном магазине; интернет-магазин работает ежедневно и круглосуточно, что ценится людьми с высоким уровнем занятости, которые не желают тратить на шопинг редкие выходные дни и предпочитают осуществлять онлайн покупки в ночные часы; товары в интернет-магазине обычно стоят намного дешевле, чем в традиционных торговых точках, т.к. не надо содержать большой штат сотрудников, приобретать и обслуживать профессиональное торговое оборудование и тратить средства на аренду и ремонт помещения; виртуальная площадка может предложить обширный ассортимент товаров, что зачастую невозможно для привычных магазинов, ограниченных размерами торгового зала и склада; покупка на сайте может быть оплачена любым удобным для клиента способом: с помощью различных систем электронных платежей, наличными курьеру при доставке, сотрудникам склада или пункта самовывоза.

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.

Однако, не все магазины сегодня могут позволить себе онлайн аналог и таких магазинов довольно много. Главной причиной является то, что создание интернет-магазина требует финансовых вложений на первоначальном этапе. Делать интернет-магазин только для сбыта своих вещей небольшой торговой точке довольно затратно, т.к. вещей не так много, а онлайн магазин нужно обслуживать. У многих других некрупных магазинов также имеется проблема загруженности полок и низкой оборачиваемости некоторых товаров. Поэтому возникла идея создания интернет-магазина для нескольких торговых точек. Это позволяет расширить ассортимент, сделать его

более разнообразным. На сайте будет представлена одежда разных марок, разных цен и в принципе разная, что увеличивает количество потенциальных покупателей.

Чтобы выделить необходимую нишу, мы проанализировали крупные торговые центры. Для

анализа были взяты магазины, торгующие женской одеждой. Их условно разделили на брендовые и мультибрендовые. Данный анализ представлен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ крупных торговых центров г. Иркутск

Брендовые магазины	Мультибрендовые магазины	
	Есть интернет-магазин	Отсутствует интернет-магазин
<b>СильверМолл</b>		
Zara, Stradivarius, Bershka, Pull&Bear, Massimo Dutti, H&M, Concept Club, O'stin, Gloria Jeans, Anett, Fantosh, Forward, Perzoni, Elis, PelicanDreams, , Levi's, Snow Image, Па-Роль, Baon, Mango, YAYA, Sela, TBOE, Colins, Medicine, Diverse, Finn Flare, INCITY, COS, IN POINT, Black star wear, oodji, Zolla, luissante, Pierre Cardin, Vemina City.	Спортмастер, Ladylike, PRIZ, Снежная королева.	Мустанг, Babilon, Бумеранг, Элемент моды, Панинтер.
<b>Комсомолл</b>		
ARGO, Basic Editions, Camelot, Jeans Club, luissante, SHARK FORCE, Balizza, GLENFIELD, Jenda, Lacoste, Lee Cooper, Mexx, More&More, Pierre Cardin, US Jeans, Vintage, 7 Camicie, Ana Sousa, BAON, BeFree, Climber, Concept Club, Finn Flare, Fox, FunDay, IN POINT, Love Republic, O'STIN, Wendy Trendy, Zarina.		Giordano, Vetrinet, Модэкс, DAKOTA women, Mani, Monsheri, NOMADSSHOP, Parole, Tata.Store, U'Style, AMN, Babilon, Creative, DAVI, Deva, Fishka, Imperial, ITALY STYLE, KoMoD, Magnolia, O'Glamour, Primavera, TURBA, Venta, Verant, Элементмоды, Ananas.
<b>Карамель</b>		
ARGO classic, Pierre Cardin, FunDay, Kira Plastinina, IN POINT, BeFree, Love Republic, Zarina, Concept Club, O'STIN.	OLES, Спортмастер, la Vittoria.	Slam, DAVI, Панинтер, DAKOTA women, AMN, Stellabylime, Модэкс, LoveKorea, магазинчастливыхплатьев, Ananas, Giordano, Free Women, Sport Women, Babochka.
<b>Новый</b>		
Chic, luissante, US Jeans.	BGN.	Белорусочка, Фараон, Bellissimo, Cizaro, Дефиле, G.SelMilano, Leo&Ugo, Modno, Pertline, Primavera, Salko,
<b>Фортуна Гранд</b>		
Wrangler&Lee, Снежная королева.	Евромода.	Магазинженскойделовойодежды, Мустанг, Парадиз, Фараон, Glamour, Imperial, laVitrine, Loft, Modaline, Nicole, Signorina, Stielmann, Tata.Store, ZaraZara,
<b>Модный квартал</b>		
Calvin Klein Jeans, Gloria Jeans, H&M, Incity, JNBY, Mango, Medicine, Mohito, Motivi, Naf-Naf, Napapijri, O'STIN, Reebok, Reserved, SteFanel, Timberland, Westland, Zarina.		AMN, DAVI, Denny Rose, Quadro, U'style.

Из представленной таблицы видно, что брендовых магазинов достаточно много, но они не

будут входить в искомую нишу, т.к. у большинства из них уже есть свой интернет-магазин. В

противном случае им выгоднее вступить в сотрудничество с более крупными интернет-магазинами, такими как «Wildberries», «CupiVIP», «Lamoda» и т.д. (что большинство из них уже реализуется на данный момент). Но, также, на рынке присутствуют и мультибрендовые магазины, у которых нет своего интернет-магазина. Эти магазины мы можем рассматривать как потенциальных партнеров, т.к. сотрудничать с «Wildberries» и другими крупными интернет-магазинами они не могут из-за наличия одежды разных торговых марок. Таким образом, проведя анализ 6 крупных торговых центров, было выделено 58 магазинов женской одежды, у которых отсутствует свой интернет-магазин. Данные магазины будут составлять нишу, которая может быть заинтересована в данном проекте. При этом, всего в Иркутске насчитывается около 800 магазинов женской одежды, что говорит о возможности значительного увеличения данной ниши.

В заключение, нужно отметить, что в данной статье были рассмотрены магазины, торгующие только женской одеждой. Но данный проект может

быть применим к совершенно любому виду товара. Поэтому, начинать онлайн продажи можно с одной категории товара, а в дальнейшем добавлять и другие: мужская одежда, детские товары, обувь, сумки и т.д. ■

---

## **Definition of the market for the creation of the discount of the internet store for several trading points**

© Trofimova V., 2018

Internet trading today is one of the most dynamically developing segments of the Russian economy. The last 8 years, Internet commerce has been growing by an average of 30 %. Creating an online store allows you to significantly increase sales markets and minimize costs. Therefore, the opening of the online store today is an urgent issue for many Russian entrepreneurs. The article gives an overview of off-line stores that might be interested in creating a store on the Internet.

*Keywords:* online shopping, online store, sales market increase, cost minimization

---